

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Ústav informačních studií a knihovnictví

Studijní program: Informační studia a knihovnictví

Studijní obor: Studia nových médií

Mgr. Matěj Vaněček

**Pornografie jako agens technologické změny :
proměny vnímání tělesnosti a soukromí**

*Pornography as the agent of technological change :
the transformation of perception of embodiment and privacy*

Rigorózní práce

Praha 2014-09-01

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem rigorózní práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité informační zdroje.

V Praze, 1. 9. 2014

.....
podpis studenta

Identifikační záznam

VANĚČEK, Matěj. *Pornografie jako agens technologické změny : proměny vnímání tělesnosti a soukromí [Pornography as the agent of technological change : the transformation of perception of embodiment and privacy]*. Praha, 2014. 131 s. Rigorózní práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

Klíčová slova/Keywords

pornografie, sexualita, technologie, nová média, tělesnost, soukromí
pornography, sexuality, technology, new media, embodiment, privacy

Abstrakt

Tématem rigorózní práce je vztah pornografie a nových technologií, včetně vlivu tohoto vztahu na vnímání tělesnosti a soukromí ve společnosti. Práce popisuje technologie a s nimi související postupy, které v rané fázi své existence přišly do kontaktu s pornografickým obsahem a byly tímto specifickým segmentem trhu ovlivněny. Zároveň tato práce zkoumá aspekty těchto vlivů a zaměřuje se na související pronikání těchto technologií mezi běžnou veřejnost. Přitom jsou též reflektovány případné negativní či pozitivní dopady na lidskou společnost či jednotlivce. Rigorózní práce je rozdělena do čtyř hlavních kapitol, které svým obsahem odpovídají jednotlivým úsekům časového spektra, přičemž poslední kapitola reflektuje právě změny působící na lidskou společnost a jedince. Úvodní kapitola se zabývá problematikou kazetových videorekordérů, tedy technologie, která byla ovlivněna pornografií, stala se běžnou součástí domácností, ale již se prakticky nevyužívá. Druhá kapitola shrnuje vliv pornografie na Internet, který reprezentuje technologii, s níž se setkáváme každý den, a je mnohdy nedílnou součástí našich životů. Třetí kapitola pak nastiňuje možný budoucí vývoj vztahu pornografie a nových technologií, když rozebírá hnací síly pornografického vlivu, který ilustruje za pomoci technologií a postupů, jež pozvolna pronikají i do domácností. Závěrečná kapitola reflektuje proměny vnímání tělesnosti a soukromí ve společnosti, které pornografie spolu s rozvíjejícími se technologiemi přinesla.

Abstract

The aim of this rigorous thesis is to explore the relationship between pornography and new technologies. The influence of this relationship on perception of embodiment and privacy is also discussed. The thesis describes technologies and related procedures which came into contact with pornographic content at an early stage of their existence and has been affected by this specific segment of the market. This paper also examines aspects of these effects and focuses on the related penetration of these technologies among the general public. It also reflects the possible impacts on individuals and whole society. The thesis is divided into four main chapters. The first chapter focuses on videocassette recorders, i.e. a technology that was affected by pornography in the past. The second chapter summarizes the impact of pornography on the Internet, which represents the technology we encounter every day, and which is often an integral part of our lives. The third chapter outlines the possible future development of relationship between pornography and new technologies, while it also analyzes the driving forces of the influence of pornography. The final chapter reflects changes in the perception of embodiment and privacy in a society that was brought by the pornography and related technologies.

Poděkování

Na tomto místě bych v první řadě rád poděkoval vedoucímu rigorózní práce Mgr. Vítu Šislerovi, Ph.D., vedoucímu magisterské diplomové práce Mgr. Josefu Šlerkovi a oponentce magisterské diplomové práce Mgr. Ditě Malečkové za náměty, rady a připomínky vedoucí k reflexi magisterské diplomové práce v této práci rigorózní. Zvláštní poděkování patří též mé rodině, „nejlepší přítelkyni ever“ Lyd Krajňákové, kolegům @Mascha_Dudu a @fialajakub za podporu a motivaci při rozhodnutí pokračovat v rigorózní práci. Poděkování patří kromě mé mateřské *Univezity Karlovy v Praze* i francouzské *Audencia Nantes – Ecole de Management*, bez jejíhož perfektního studijního zázemí během mého pobytu ve Francii by tato rigorózní práce vznikala jen stěží.

Obsah

Předmluva	1
1 Kazetový videorekordér: Betamax vs. VHS.....	5
1.1 <i>Betamax vs. VHS: úvod do problematiky</i>	5
1.2 <i>Situace na video trhu v USA</i>	6
1.2.1 Reuben Sturman a jeho porno impérium	6
1.2.2 Problematika pornografie na kazetách Betamax.....	8
1.2.3 Vstup videorekordérů na trh v USA	9
1.2.4 Přednahráný obsah na 1/2 palcových videokazetách.....	10
1.3 <i>Kvantifikační analýza vlivu pornografie na video formáty</i>	15
1.3.1 Network externality	16
1.3.2 Vytvoření kritického množství	17
1.3.3 Analýza vlivu pornografie na americký trh s videorekordéry (1976-1980).....	18
1.4 <i>Shrnutí.....</i>	25
2 Internetové technologie	28
2.1 <i>Bandwidth a Broadband</i>	28
2.2 <i>Monetizace webového obsahu.....</i>	29
2.2.1 Uzavření volného přístupu a zpoplatnění obsahu (předplatné)	31
2.2.2 Prodej webové reklamy (banner)	32
2.2.3 Partnerský program / affiliate marketing	35
2.2.4 Prodej a přesměrování internetového provozu (návštěvnosti)	38
2.3 <i>Internetové platby.....</i>	43
2.3.1 Zpracovatelé plateb	44
2.3.2 Zneužití internetových plateb	45
2.4 <i>Ostatní přínosy internetové pornografie.....</i>	48
2.4.1 Chat.....	48
2.4.2 Streamované video	53
2.4.3 Video on demand.....	54

2.4.4	Video chat	54
2.5	<i>Odvrácená strana mince</i>	55
2.5.1	Malware	56
2.5.2	Internetové pirátství	57
2.5.3	Krádež domény	60
2.5.4	Spam	62
2.6	<i>Shrnutí</i>	63
3	Technologie budoucnosti	64
3.1	<i>3D televize</i>	66
3.2	<i>Tabuizace motorem pokroku</i>	69
4	Proměny vnímání tělesnosti a soukromí	75
4.1	<i>Pornografie, společnost a sexuální identita</i>	76
4.2	<i>Kybernetický sex jako modulátor tělesnosti</i>	87
4.2.1	Pornografie jako technologické extenze	89
4.3	<i>Pornografie jako sonda do soukromí</i>	92
Závěr		97
Přílohy		99
Seznam použitých zdrojů		102

Předmluva

Tato rigorózní práce analyzuje vliv pornografie na rozvoj nových technologií a jejich etablování ve společnosti, přičemž reflektuje i změny, které pornograficko-technologický vztah znamenal pro vnímání sexuální identity, tělesnosti a soukromí ve společnosti. Přitom jsou též zkoumány případné negativní či pozitivní dopady na lidskou společnost či jednotlivce. Práce zároveň odkrývá souvislosti, které přispěly k tomu, že se právě pornografie a s ní související průmysl staly hybnou silou technologického pokroku, jehož přínosy ve svém důsledku zasahují každodenní život prakticky každého z nás.

Zpracování tématu rigorózní práce probíhalo v několika fázích. Tématem role pornografie, případně reprezentace sexuality, v soudobé postmoderní společnosti jsem se zabýval již v průběhu magisterského studia na oboru Studia nových médií. Za zmínku stojí především tři práce, které jsem vytvořil či jsem se na jejich vzniku autorsky podílel. V tomto ohledu je důležité v první řadě připomenout projekt *Otvor Otvor Marie!* (OOM!), který vzniknul na půdě oboru Studia nových médií v rámci povinného předmětu *Virtuální realita na internetu*. Autorský tým zahrnuje kromě mé osoby též kolegy Martina Kubelku, Martina Jindru a Marii Dudziakovou. OOM! je prototyp multisenzorické vagíny, která má grafický výstup v DirectX9.0c. Cílem našeho týmu bylo vytvořit prototyp herního ovladače/trenéra mužské sexuální zdatnosti. Prototyp jsme vyvíjeli v lednu roku 2010, pod odborným vedením dvojice Jan Rod a Andrej Boleslavský. Prototyp OOM! je založen na platformě *Arduino* a programovacím jazyku *VVVV*. Obsahuje 3 čidla, která přenáší interakci z fyzického modelu pochvy (vyrobené z PE pěny) do počítače, kde jednoduchá grafická verze pochvy reaguje stejně jako fyzický model (např. pokud roztáhneme fyzický model, grafická verze se také roztáhne). Práce na tomto projektu byla prvotním impulsem, díky kterému jsem se rozhodl zabývat se problematikou vztahu nových médií a sexuální reprezentace hlouběji.

Na projekt OOM! jsem navázal v rámci volitelného semináře *Současné digitální umění*, kde jsem jako součást atestace předmětu vypracoval seminární práci *Sex a jeho vizuální reprezentace v digitálním umění*. Zde jsem se věnoval fenoménu sexuality jako uměleckého stimulu v současné digitální kultuře. Ve stejném období

jsme s kolegou Martinem Kubelkou navštěvovali i volitelnou přednášku v anglickém jazyce *Video Games as a Sociocultural Phenomenon*, jejímž výstupem byla naše společná závěrečná práce *The Role of (Virtual) Sex in Videogaming* (Role [virtuálního] sexu ve videohrách). V ní jsme charakterizovali podoby a funkce, kterých sex a jeho reprezentace nabývá ve videohrách, a to od těch nejzákladnější herních principů (skrytý bonus ve hře, odměna, motivace), až po ty určené vyloženě k pornografické stimulaci. Zároveň jsme její závěry veřejně představili a okomentovali v rámci prezentace ostatním návštěvníkům kurzu, z nichž většinu tvořili zahraniční studenti z programu *Erasmus*. Dalším stupněm již zmiňované snahy o hledání souvislostí mezi sexuální reprezentací a rozvojem informačních a komunikační technologií byla moje magisterská diplomová práce *Vliv pornografie na rozvoj nových technologií*.

Po jejím obhájení jsem přijal pozvání na konferenci *New Media Inspiration 2013*, kde jsem prezentoval právě výstupy z diplomové práce. V lednu 2014 jsem byl pozván do pořadu *Trendy* stanice *Český Rozhlas Plus*, abych zde pohovořil o technologických a společenských změnách souvisejících s pornografií. V návaznosti na tento pořad jsem pak přednášel na toto téma v rámci večera *Obraz vs. Pornografie*, který spadl do cyklu přednášek o vizuální kultuře – *Fresh:Eye*. Během přípravy samotných prezentací a výstupů a následných debat nad tímto tématem s ostatními akademiky a novomediálními umělci jsem si uvědomil nutnost revize diplomové práce, kterou jsem reflektoval v této práci rigorózní.

V porovnání s diplomovou prací byla kromě komplexních oprav a dílčích doplnění v textu především revidována a z větší části přepsána její třetí kapitola. Doplnil jsem do ní důležitou část osvětlující důvody specifické role pornografie pro rozvoj nových technologií: vyrovnávání se s její společenskou tabuizací. Snahy o překonání takovýchto limitů a zákazů zde totiž stimulují pokrok. Dále byla práce rozšířena o stěžejní čtvrtou kapitolu, která se snaží náležitě rozebrat společenské dopady pornograficko-technologického pokroku, když se zaměřuje na proměny vnímání sexuální identity, tělesnosti a soukromí. Za pomoci zhodnocení odborné literatury (literature review) jsem zde zmapoval výsledky dosavadního zkoumání v této oblasti. Práce v této části dále přináší neméně důležité vlastní interpretace v textu zmiňovaných společenských proměn, navazující na tradici filosofie nových médií v oblasti vztahu jedince a technologie.

Cílem rigorózní práce je tedy zmapovat problematiku vztahu pornografie a nových technologií komplexněji než v případě magisterské diplomové práce. Práce se snaží poskytnout pokud možno celistvý přehled o vlivu pornografie na technologický rozvoj; tento vliv ilustruje analýzou jednotlivých technologií, které mohly být v průběhu času ovlivněny přítomností pornografického obsahu či snahami a obchodními praktikami pornografického průmyslu. Ty doplňuje rozbohem společenských jevů, které přišly s těmito změnami. Přitom jsou též reflektovány případné negativní či pozitivní dopady na lidskou společnost a jednotlivce.

Práce je rozdělena do čtyř hlavních kapitol. První kapitola představuje komplexní pohled na problematiku kazetových videorekordérů, které reprezentují technologii nedávné minulosti, jež se stala běžnou součástí domácností, ale v dnešní době již nemá praktické uplatnění, neboť ji nahradily technologie pokročilejší. Důležitou součástí této kapitoly je analýza souboje dvou hlavních formátů kazetových videorekordérů a vlivu pornografie na tento souboj. Druhá kapitola se zabývá Internetem jako technologií současnosti. Důraz je kladen především na transformaci neziskového webového prostředí v ziskové, jež poprvé úspěšně aplikoval právě pornografický průmysl. Dále jsou analyzovány ostatní kladné i záporné přínosy pornografie na Internetu a jejich vliv na proměny tohoto kyberprostoru. Třetí kapitola je pohledem do blízké i vzdálenější budoucnosti a nastiňuje možný vývoj vztahu pornografie a nových technologií. Zároveň se v ní rozebírají hlavní hybné síly tohoto vztahu, které souvisí s překonáváním zákazů a technologických omezení. Nedílnou součástí je závěrečná část rigorózní práce, jež hodnotí ty pozitivní i negativní vlivy na lidskou společnost a jednotlivce, které s sebou přinesly právě proměny technologií i samotné pornografie.

Pro potřeby této rigorózní práce jsem zvolil citaci v textu pomocí prvního údaje záznamu a data vydání, známé též jako „Harvardský systém“. V odkazu je uveden vždy první prvek bibliografické citace, tzn. většinou autor, korporace nebo akce, popřípadě název. Druhá část odkazu obsahuje datum publikování (popř. copyrightu) a třetí část čísla stránek (popř. článku nebo odstavce), pokud je lze určit. Místo kulatých závorek je v textu užito závorek hranatých, neboť kulatých závorek je využíváno za účelem doplňování textu o další podrobnější nebo osvětlující informace. Bibliografické záznamy citované literatury jsou v závěrečném seznamu literatury

řazeny abecedně dle prvního údaje v záznamu. Záznamy byly vytvořeny v souladu s pravidly uvedenými v českém překladu mezinárodní normy ISO 690:2010.

ČESKO. Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví a MARVANOVÁ, Eva, ed. *Informace a dokumentace – Pravidla pro bibliografické odkazy a citace informačních zdrojů: ČSN ISO 690*. Praha: Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví, 2011. 39 s.

Celkový rozsah rigorózní práce je 131 stran.

1 Kazetový videorekordér: Betamax vs. VHS

Kazetový videorekordér (dále jen videorekordér) je příkladem toho, jak velice specifický a zároveň úzkoprofilový segment trhu (v tomto případě pornografie) dokáže uspišit rozšiřování nákladné nové technologie ve společnosti, pomoci rozhodnout konkurenční boj, a zároveň podobu této společnosti transformovat. Vysoká anonymita, s níž bylo možné pornografická díla na videokazetách obstarat a následně v pohodlí a bezpečí domova sledovat, byla v kombinaci s jistou mírou interaktivity do té doby nevídanou záležitostí. Videorekordéry se díky tomu staly běžnou součástí televizní domácnosti, dosáhly svého vrcholu, a nakonec byly nahrazeny vyspělejší technologií DVD, takže je v současné době prakticky nikdo nepoužívá.

1.1 *Betamax vs. VHS: úvod do problematiky*

Snaha o vytvoření kompaktnějšího, levnějšího a snadněji ovladatelného nahrávacího video zařízení pro opravdu široké domácí využití vedla v polovině 70. let k vytvoření dvou technologicky velmi podobných formátů videokazet a jejich rekordérů/přehrávačů, které však byly vzájemně nekompatibilní. Na jedné straně zde byl systém *Betamax* vyvinutý japonskou firmou *Sony* a uvedený na trh poprvé v roce 1975. Konkurenční systém *VHS*, který byl firmou *JVC* představený v roce 1976, se mimo japonský trh dostal v polovině roku 1977 [Cusumano, 1988]. (Systém *VHS* byl pojmenován podle zkratky názvu způsobu čtení dat z magnetické pásky: *Vertical Helical Scan*. *JVC* později nahradila název technologie komerčním přepisem zkratky jako *Video Home System*.) Standardem domácích videorekordérů se však mohl stát pouze jeden formát a tak začala tzv. „válka formátů“, kde měl trh a jeho kupní síla určit, která z technologických variant bude úspěšná, a na kterou se naopak pomalu zapomene.

Společnost *Sony* zaznamenávala se svým systémem *Betamax* v letech 1975–1977 úspěšný růst v produkci i prodeji videorekordérů, ale během roku 1978 byla odstavena na druhou kolej raketovým vzestupem konkurenčního systému *VHS*. Přestože její tržby z prodeje videorekordérů a videokazet systému *Betamax* rostly každoročně až do roku 1985, její tržní podíl se každoročně poměrně drasticky zmenšoval [Ohashi, 2003]. To vyvrcholilo v roce 1988, kdy firma *Sony* vyrábí první

videorekordér pro formát *VHS* a sama tak začíná opouštět svůj systém *Betamax* (v devadesátých letech se dokonce stane 3. největším producentem videorekordérů *VHS*).

1.2 Situace na video trhu v USA

Dějištěm prvního masivního konkurenčního střetu na trhu s videorekordéry byl americký trh (USA), který díky své vůdčí ekonomické pozici určuje a určoval technologický vývoj pro drtivou většinu zbývajících světa. (V počátcích prodeje videorekordérů zaujímal až 85% podíl na celosvětovém exportu videorekordérů z Japonska. [Nomura Management School, 1984, s. 43])

Těžištěm prodeje videorekordérů formátu *Betamax* zde měla být možnost nahrávání televizních programů, nikoli přehrávání již přednahráných filmů. V době uvedení systému *Betamax* na trh totiž žádné přednahrané videokazety nebyly v distribuci. *Sony* tak propagovala systém *Betamax* pro nahrávací účel a neměla vůbec zájem na budování trhu s předem připravenými páskami, a zřejmě ani ponětí o jeho potenciálu. [mimo jiné: Browne, 2000, s. 7; Balio, c2012; Harris, 1984; Morita, 1986, s. 208–209]

Kromě toho se bezprostřední překážkou zdály být složité záležitosti týkající se autorského práva, protože americká filmová studia původně považovala videokazety spíše za hrozbu než za zdroj příjmů, a již možnost nahrávání starších filmů uvolněných pro televizní vysílání v nich vzbudila velikou nevoli. Dvě z největších hollywoodských studií té doby, *Universal* a *Walt Disney*, tak podaly v listopadu 1976 na firmu *Sony* žalobu ve věci ochrany autorských práv, s cílem zakázat prodej videorekordérů (finální verdikt přitom padne až 17. ledna 1984). [Harris, 1984; U.S. Supreme Court, 1984]

1.2.1 Reuben Sturman a jeho porno impérium

Potenciál přednahráného obsahu však byl známý pornografickým magnátům nejen v USA, ale i v Evropě. Nejvýznamnějším americkým pornografem 70. a 80. let byl Reuben Sturman. Tento clevelandský podnikatel, přezdívaný „kmotr“ (také „papež“, „Bill Gates“, „Walt Disney“) porno průmyslu, objevil možnosti přednahráného obsahu distribuovaného mimo velké promítací sály kin již v roce 1974.

Tehdy totiž začal vydávat dříve natočené pornografické filmy na 3/4 palcových videokazetách *Sony U-matic* (měly 3/4 palce širokou pásku a byly technologickým předchůdcem domácích videokazet s 1/2 palcovou páskou), místo na 8 a 16 mm filmových pásech. Cena přehrávače *U-matic* přitom odpovídala 3 průměrným měsíčním platům, rekordér umožňující nahrávání pořadů z televizního vysílání byl pak třikrát dražší. [Cost of Living, 2011] Proto si tyto přístroje pořizovaly nejprve televizní stanice či instituce a školy pro edukativní účely. Posléze však vznikaly například pánské video kluby, které tyto přehrávače také vlastnily. (Hrdými vlastníky byly i celebrity jako Frank Sinatra, Dean Martin či Sammy Davis Jr. – ten měl dokonce dva [Busciglio, 2009], všichni byli známí promítáním pornofilmů přátelům na svých večírcích [McCormick, 2007, s. 216; Porter, 2011, s. 369]).

Reuben Sturman otevřel mnoho obchodů nejen v USA, kde prodával 3/4 palcové videokazety, 8 mm filmy, pornografické tiskoviny a erotické pomůcky ve všech 50 státech unie, ale i ve 40 zemích v zahraničí, především pak v západní Evropě. Jeho síť během jediného roku čítala přes 800 sexshopů s videopůjčovnami. [May & Hosenball, 1981; Ford, 1999, s. 129] Zakrátko se definitivně stal nejmocnějším mužem porno průmyslu. (Již od 60. let byl největším vydavatelem pornografických časopisů, ale teprve v polovině 70. let se dostává na pomyslný vrchol, když na něm střídá Michaela Thevis, otce „peep-show“ automatů, který vlastnil 500 obchodů a pornokin [Thevis, 2012; Schlosser, 2003, s. 126]. V roce 1976 byl Thevis zatčen *FBI*.) V USA tak od poloviny 70. let v podstatě neměl konkurenci, takže všichni nezávislí tvůrci pornografického obsahu museli využívat jeho distribuční sítě, aby měli vůbec šanci na širší prodeje a zisky.

Na Sturmanově vzestupu měla nemalý podíl Mafie, známá také pod pojmem „La Cosa Nostra“. *FBI* se v 80. letech v rámci akce *MIPORN* podařilo prokázat přímé Sturmanovy styky pouze na rodinu Gambino (jedna z 5 hlavních newyorských rodin). Ta zřejmě byla zprostředkovatelem při spolupráci celé Mafie, protože často zajišťovala pro ostatní významnější rodiny špinavou práci a finanční machinace, ale nikdy podle *FBI* neměla na starosti významnější obchody (drogy, zbraně). [podrobněji viz Schlosser, 2003, 109–211]

Mafie se začala o výrobu a distribuci pornofilmů zajímat kolem roku 1966, kdy obchodování s drogami začalo být příliš rizikové a rodiny hledaly nové způsoby

jak nahradit ztráty vzniklé z úpadku prodeje drog. Během deseti let se těmito rodinám povedlo, dle zprávy *FBI*, ovládnout nejméně 80 % amerického pornografického trhu (rodina Gambino také prokazatelně podporovala Michaela Thevise) a začaly pozvolna pronikat i do Hollywoodu, kde prostřednictvím produkčních společností chtěly prát špinavé peníze. Během stejných deseti let se jeden z jejich chráněnců, Reuben Sturman, stal nejvýznamnějším magnátem a majoritním distributorem porno průmyslu. [Schlosser, 2003, 109–211]

1.2.2 Problematika pornografie na kazetách Betamax

Jedním z nejrozšířenějších formátů videopáskových nosičů, na které byly z 8mm a 16mm materiálů přehrávány pornografické filmy byl již zmiňovaný systém *U-matic*, jehož tvůrcem byla společnost *Sony*. Ta byla zřejmě zaskočena vysokým užitím jejich systému pro potřeby porno průmyslu, protože pornografie byla něco, s čím se podle vyjádření pamětníků neshodovala filozofie firmy. Licencování systému *U-matic* nebylo zdaleka striktní, neboť *Sony* počítala s jeho využitím především pro edukativní potřeby ve školách a firmách (se zájmem porno průmyslu o tuto technologii nikdo ani nepočítal, v tomto směru tak neexistovala žádná omezení). Když však přicházela firma *Sony* na trh se systémem *Betamax*, který měl mít podle firemní vize opravdu široké domácí využití, zaujali reprezentanti firmy *Sony* zcela odmítavé stanovisko proti využívání firemních technologií pro distribuci a výrobu pornofilmů. [Collier, 1998; Van Scoy, 2000; Slade, 2001, s. 20, 1111]

David Collier ve své ilustrované historii dění ve světě v 20. století, *Just the facts*, v této souvislosti přímo cituje nejmenovaného zástupce firmy *Sony*, který během představování systému *Betamax* na tiskové konferenci v USA měl prohlásit: „... Mohu vás ujistit, že firma *Sony Corporation* nikdy nedovolí využití tohoto nového formátu videokazet *Betamax* pro pornografické účely...“

Toto odhodlání *Sony* vydrželo až do konce roku 1982, kdy se začaly na trhu objevovat první pornografické videokazety amatérského charakteru. Exhibicionističtí majitelé prvních videokamer *Sony* (*Betacam* [1982] a *Betamovie BMC-100P* [1983]) začali natáčet své sexuální hrátky a prodávat je distributorům ve společnosti *Homegrown Video* za 20 dolarů za každou minutu videa [Hebditch & Anning, 1988]. Tyto filmy zaznamenaly na trhu vysokou poptávku, avšak s příchodem prvních

videokamer systému *VHS-C* (*GZ-S5/ HR-C3* [1983] a *GR-C1*[1984]) byl v roce 1984 tento segment pornografického trhu již plně pod kontrolou formátu *VHS*.

První oficiálně licencovaný pornografický (někdy označován spíše za erotický) obsah na videokazetách *Betamax* pak zřejmě byla soft-pornografická série *Playboy Video Magazine* (1982–1987). [List of Playboy videos, 2012]

Přestože po roce 1982 začaly vycházet i pornografické videokazety pro systém *Betamax*, jednalo se spíše o sporadické záležitosti (například gayský porno film *Supercharger* z roku 1970, vydaný na *Betamaxu* v roce 1983), nikoli o masovou distribuci. Přístup společnosti *Sony* byl k pornografii stále ambivalentní. V té době navíc nebyl systém *Betamax* ani každým 5. prodaným videorekordérem v USA [Ohashi, 2003, s. 451] .

Videokamery se pak rozšířily do celého pornoprůmyslu, jak už v roce 1978 předpověděl redaktor časopisu *Fortune* James Cook: „*Výrobci si rádi myslí, že videokamery budou využity, aby lidé mohli sledovat více kulturních a sportovních akcí. Ale to si dělají blázny jen samy ze sebe. Je veřejným tajemstvím, že největším trhem je vizuální sex.*“, a daly tak vzniknout řadě specifických či dříve nemyslitelných žánrů a filmů určených výhradně pro video distribuci, neboť výroba filmů díky videokamerám výrazně zlevnila.

1.2.3 Vstup videorekordérů na trh v USA

Faktem zůstává, že *Sony* uvedla na americký trh systém *Betamax* v listopadu roku 1975 jako zařízení umožňující nahrávání televizních pořadů, které nemáte možnost vidět v čase, kdy je televize vysílá (doslova jej označovala jako „zařízení na posouvání času“). Plná sebevědomí po tomto uvedení na strategický trh zorganizovala *Sony* následně v březnu 1976 setkání se zástupci konkurenčních japonských výrobců elektroniky, aby je naposledy přesvědčila k využívání jejich *Betamax* formátu jako videokazetového standardu. Samozřejmě za příslušných, poměrně přísných, licenčních požadavků a nezanedbatelné sumy ze souvisejících prodejků. Jeden z největších výrobců japonské elektroniky, firma *Matshushita*, kterého především chtěla *Sony* získat na svou stranu jako strategického partnera, však již v této době věděla, že její dceřiná firma *JVC* má vlastní funkční systém *VHS*, který je připraven k uvedení na japonský trh počínaje zářím téhož roku (1976). Poté, co do celého vyjednávacího

procesu byli firmou *Sony* zataženi i pracovníci japonského ministerstva pro mezinárodní obchod, které *Sony* přesvědčila, aby prosazovali jejich technologii, rozhodla se *Matshushita* vyčkat na „vlastní“ produkt. Uvědomila si, že tržní potenciál videorekordérů musí být obrovský, když se konkurence tolik snaží. Začala tedy vzápětí sama shánět strategické partnery, přestože de facto stále ještě neměla finální produkt. [Cusumano, 1988; Ohashi, 2003]

V témže roce (1976) zároveň *JVC* jako tvůrce systému *VHS* umožňuje využití tohoto formátu pro pornografické účely, aby si zajistilo určitý segment trhu [Slade, 2001, s. 20; Tang 1999, s. 149]. Nelze s jistotou říci, jak velkou roli hrál v získání licence na výrobu pornografických videokazet pro systém *VHS* sám Reuben Sturman, celosvětová jednička na trhu s pornografií 70. a 80. let. Na druhou stranu lze těžko předpokládat, že by v pozadí byl někdo jiný než Sturman, který podle samotných představitelů ostatních pornografických společností té doby nebyl pouhou majoritou pornografického průmyslu, ale doslova tento průmysl utvářel, takže žádný obchod se nemohl uskutečnit bez něj nebo jedné z řady jeho distribučních společností (např.: *Sovereign News*, *Western*, *General Video of America* či *Intex Nederland* – největší evropský distributor pornografie). [Schlosser, 2003, s. 112]

Jako oficiální datum představení potažmo skutečného uvedení systému *VHS* na americký trh je uváděn, 4. červen (originální *JVC*) a 27. srpen 1977 (*Matshushitou* licenčně vyrobený model pro americkou společnost *RCA*).

1.2.4 Přednahráný obsah na 1/2 palcových videokazetách

1.2.4.1 Pornografický obsah

První pornografická videokazeta, kterou je nejpravděpodobněji dílo *Lesbian Orgy* (Lesbické orgie) pro formát *VHS*, jež se skládá z lesbických scén sestříhaných z dříve vydaných pornofilmů (původním tvůrcem tohoto díla byl italsko-dánský porno producent Lasse Braun, který prostřednictvím Reubena Sturmana distribuoval dánské pornofilmy do USA již od roku 1971), je datována podle porno katalogů spolu se svojí 8mm verzí nejpozději na únor 1977 [Color Climax Corporation, 1977]. Poštulka pak vznik této videokazety ve své chronologii řadí mezi březnové a dubnové události [Poštulka, 2007, s. 252]. To by ovšem znamenalo, že první pornografické *VHS* videokazety začaly být vyráběny firmou Reubena Sturmana pro americký trh ještě

před oficiálním uvedením *VHS* systému na tento trh. Posléze byly vyrobeny *VHS* verze slavných pornofilmů 70. let jako byly *Behind the Green Door*, *Devil in Miss Jones*, či legendárního počinu americké pornografické kinematografie – *Deep Throat* (tento samotný film vydělal na videokazetách zhruba 100 miliónů dolarů [Tang, 1999, s. 141]).

Je tedy více než pravděpodobné, že byl Reuben Sturman, či někdo z jeho okolí, v kontaktu se zástupci *JVC* či *Matsushita* a připravoval si vše pro to, aby zachytil nástup systému *VHS* na trh. Ihned jakmile by se tak stalo, byl by připraven začít nabízet pornografické videokazety ke koupi či k zapůjčení. V této souvislosti je nutné podotknout, že tyto pornokazety byly vůbec prvními opravdu prodávanými přednahrávanými videokazetami na americkém trhu (první filmy určené nejen dospělým se objevily až na konci listopadu 1977).

Kromě inzerce ve svých prodejnách, pornokinech, pánských klubech a tiskovinách, které sám vydával Reuben Sturman a jeho firmy, vycházely reklamy nabízející kopie nejúspěšnějších soudobých pornofilmů i v časopisech o televizní a video technice. Zároveň s uvedením pornografických videokazet na trh rozeslal Reuben Sturman všem svým distributorům či řadovým prodejcům, kteří prodávali jeho filmy, leták s informací, že poskytne služby právníka firmy *General Video of America* komukoli, kdo by byl v souvislosti s šířením pornografie žalován. [Schlosser, 2003, s. 112–113]

Dalším oblíbeným nástrojem propagace pornofilmů byl v té době tzv. „direct mailing“, neboli rozesílání reklamy na nejnovější dostupné pornofilmy na adresy všech zákazníků, kterým kdy byla posílána nějaká objednávka poštou.

V roce 1979 reflektuje trh s videokazetami i magazín *Playboy* (v té době měl v USA náklad okolo 7 miliónů výtisků). V rubrice, ve které hodnotil pornofilmy, *Playboy* dodává, že v této době je už možné na příslušných přepážkách získat jakýkoli z časopisem nejlépe hodnocených pornofilmů poslední dekády. [Greenberg, 2008, s. 51]

1.2.4.2 Nepornografický obsah

První pokus o uvedení přednahrávaného nepornografického obsahu na videokazetách učinilo studio *Paramount*, které své edukativní filmy chtělo licencovat

v roce 1976 s firmou *Sony* i pro formát *Betamax* (dříve vycházely tyto filmy pro formát *U-matic*). Při ceně přesahující 80 dolarů za jeden hodinový pořad však o tyto filmy neměl nikdo zájem. (Již vyrobené zásoby byly prý rozprodány až v 80. letech za 1/6 původní ceny, když potřebovala společnost *Paramount Home Video* uvolnit místo ve skladech pro videokazety *VHS*.) [Cohen, 1989]

Tímto se dostáváme ke sklonku roku 1977, kdy první nepornografické videokazety zažívají komerční úspěch.

Andre Blay, vlastník firmy *Magnetic Video*, která se specializovala na kopírování video a audio pásek, byl inspirován prodejem přednahráných videokazet s pornofilmy, které se v té době prý prodávaly „lépe než čerstvé pečivo“ [Abramson & Mechanic, 1983, str. 196] a zakládá v listopadu 1977 klub *Video Club of America*. Prostřednictvím něho chce za pomoci poštovních zásilek prodávat videokazety. Andre Blay získal práva na výrobu videokazet pro 50 titulů, které mu společnost *20th Century Fox* licencovala k prodeji přímo spotřebitelům. Jedná se o starší filmy jako například *Hello Dolly!* či *M*A*S*H* (seznam viz Příloha 1). Tyto filmy byly dostupné v kopiích pro oba formáty, *Betamax* i *VHS*. Náklady na licenci byly 300 tisíc dolarů zaplacených společností *20th Century Fox* dopředu a poplatek 7, 5 dolaru za každou prodanou videokazetu. Jedna videokazeta se přitom prodávala za 49, 95 dolarů (aby si člověk mohl videokazetu koupit, musel navíc zaplatit 10 dolarů za členství v klubu *Video Club of America*). [Wasser, 2001, s. 95–97; Entertainment Merchants Association, c2007]

Magnetic Video se tímto krokem stává první společností, která poskytuje hollywoodské filmy na přednahráných kazetách pro domácí videorekordéry. Reklamu jí zajistí dvoustránkový inzerát v magazínu *TV Guide* z 26. listopadu 1977 (v té době náklad zhruba 12 miliónů kusů) [Wasser, 2001, s. 95]. Videokazety jsou určeny pouze pro domácí promítání pro členy klubu a nesmějí být dále pronajímány či jinak komerčně využívány. Na tento inzerát bezprostředně reaguje 13 tisíc lidí, kteří se stávají členy klubu *Video Club of America*. Blayova počáteční investice se prý vrátila do 2 měsíců. Do konce roku 1978 pak *Video Club of America* prodal svým členům 250 tisíc videokazet. [Consumer Electronics Association, 2005]

Již 7. prosince 1977, pouhých 11 dní poté co jsou videokazety společnosti *Magnetic Video* v prodeji, začíná George Atkinson v *Los Angeles Times* inzerovat

možnost zapůjčení videokazet s filmy společnosti *20th Century Fox*. [Wasser, 2001, s. 96; AP, 2005]

Bylo přitom naprosto zřejmé, že se jednalo o kazety vydané firmou *Magnetic Video*, a tak nad Georgem Atkinsonem visela hrozba soudního přelíčení za porušení licenčních podmínek o komerčním využití. George Atkinson však záhy nachází oporu v americkém autorském zákoně, který mu zaručuje právo na prodej či pronájem nosiče jakéhokoli autorského díla které vlastní (tzv. *First Sale Doctrine of the Copyright Act* z roku 1976 – „...could use it in any way the purchaser saw fit as long as copyright was not violated by illegal duplication.“). Tento zákon pak chránil George Atkinsona i před dalším obviněním, totiž že vlastnictví nabyt v rozporu s původními licenčními požadavky majitelů autorských práv (*20th Century Fox*), protože tyto videokazety koupil přes prostředníky, a nebyl tak členem *Video Club of America*. Díky tomuto zákonu tak nemohla ani společnost *Magnetic Video* ani studio *20th Century Fox* podniknout nic, co by Georgi Atkinsonovi znemožnilo jeho obchodní aktivity.

George Atkinson do své prodejny na Wilshire Boulevard v Los Angeles, kde původně prodával a pronajímal filmy a promítačky jen pro systém *Super 8* (typ 8mm filmového média), zakoupil jednu *Betamax* a jednu *VHS* kopii každého z 50 titulů, jež *Magnetic Video* nabízelo k prodeji (seznam filmů viz. Příloha 1). Atkinson v té době účtuje 50 dolarů za „roční členství“, 100 dolarů za „celoživotní členství“ ve videopůjčovně, která nabízí možnost k pronájmu videokazety za 10 dolarů na den. [AP, 2005; Entertainment Merchants Association, c2007]

Vzniká tak první videopůjčovna v USA, která nenabízí pouze pornofilmy. Během necelých dvou let vlastní George Atkinson již 42 poboček své *Video Station*. (Pro srovnání 800, respektive 500 erotických prodejen s půjčovnami, které v USA vlastnili v roce 1975 Reuben Sturman, potažmo Michael Thevis. Další desítky až stovky porno videopůjčoven postupně vznikaly transformací sexshopů či 1900 existujících pornokin [Pornography : a Secret History of Civilisation, 1999a], jak se rozvíjel trh s videorekordéry a jak i ostatní konkurence chtěla mít podíl na novém výnosném segmentu trhu.)

V dubnu 1979, na 9. mezinárodní konferenci *ITA (International Tape Association*, nyní *International Recording Media Association [IRMA]*), oznamují dvě hollywoodská studia svá strategická partnerství pro vstup na americký trh

s videokazetami. *Paramount Pictures* ohlašuje, že bude spolupracovat s americkou sítí na vyvolávání fotografických filmů *Fotomat*, zatímco skupina kolem *United Artist* bude spolupracovat s firmou *Magnetic Video*. [Traiman, 1979, s. 3 a 17]

Společnost *Magnetic Video* se snažila tímto krokem rozšířit svou produkci filmů, zakoupením licence i od dalších menších filmových studií, které stejně jako *20th Century Fox* v roce 1977 potřebovaly získat další zdroj příjmů. Těmi byly *United Artists* (které vlastnilo i práva na filmové trháky společnosti *Warner Brothers*, které byly natočeny před rokem 1950), *ABC Pictures*, *ITC*, *Avco-Embassy Pictures* a *Viacom*. Nakonec byla ale odkoupena samotná firma *Magnetic Video*, a to v roce 1979 hollywoodskou filmovou společností *20th Century Fox* za 7, 5 miliónu dolarů (od roku 1982 přejmenována na *20th Century Fox Video*) [Magnetic Video, 2012].

Ke konci roku 1979 začíná *Magnetic Video* postupně rozšiřovat svojí nabídku filmů o další tituly dostupné jak na *VHS*, tak *Betamax* videokazetách. V období mezi listopadem 1979 a prosincem 1980 vydává *Magnetic Video* celkem 58 nových titulů (44 z produkce v té době již mateřské *20th Century Fox*) a již několikátou reedici 11 nejprodávanějších videokazet z původních 50 (*M*A*S*H* se například držel v první pětici na žebříčku prodejnosti nepornografických videokazet každý rok až do roku 1980, v roce 1981 se pak neumístil ani v první stovce). (Tato i následující data o vydaných videokazetách byla získána podrobným studiem časopisu *Billboard*, konkrétně ročníků 1979–1981, který na svých stránkách pravidelně přinášel informace o novinkách na videokazetách a žebříčky prodejnosti za jednotlivé týdny i úhrnně za jednotlivé roky. Pro úplnost byla tato data porovnána s informacemi z *Internet Movie Database*.)

V říjnu 1979 prvoinstanční soud rozhoduje ve prospěch společnosti *Sony*, když prohlašuje, že nahrávání programů na videokazetu pro zábavu či umožnění časového posunu pořadu jsou přiměřeným využitím videorekordérů, že výrobci mohou profitovat z prodeje videorekordérů, a že nebyly prokázány ekonomické škody filmovému průmyslu. [Harris, 1984; U.S. Supreme Court, 1984]

Filmová studia reagují rozdílně. Zatímco *Universal* stále žádá zakázání videorekordérů a odvolává se k soudu vyšší instance, rozhodují se vyzkoušet vody trhu s videokazetami hollywoodská studia *Columbia Pictures* a *Warner Brothers*. V listopadu 1979, stále s jistou dávkou opatrnosti, vydávají na videokazetách

svépomocí (bez externího vydavatele) každé pouze 20 titulů a to pro oba formáty, *VHS* i *Betamax*. Do konce roku 1980 se tato jejich nabídka bohužel nerozšíří.

Naopak *Paramount* to myslí se vstupem na trh vážně a tak prostřednictvím sítě fotokiosků *Fotomat* uvádí na trh 131 (Greenberg uvádí číslo 130, Entertainment Merchants Association pak 131, přepočítáním podle dostupných pramenů vyšlo opravdu 131) titulů na které vlastní distribuční práva (většina z vlastní produkce), opět pro oba formáty videorekordérů. Ačkoli se zdá být *Fotomat* se svojí sítí 3200 kiosků po celé USA dokonalým strategickým partnerem, kvůli systému objednávky videokazet nebyl zdaleka tak úspěšný, jak by mohl být. Pokud si chtěl člověk koupit nebo půjčit videokazetu v kiosku *Fotomat*, musel nejdřív zavolat na telefonní číslo, kde si dle katalogu tuto kazetu objednal, aby si jí následující den mohl vyzvednout v kiosku, který má nejbližší. Tento distribuční systém narážel na několik zásadních nedostatků. Dvěma největšími byly nedostatečný počet videokazet pro takto rozsáhlou síť (poptávka překračovala kapacitu) a nutnost čekat do druhého dne. (Negativní zkušenosti klientů nakonec vedly ke zrušení těchto služeb v roce 1982, přestože celý trh zažíval v tomto období raketový růst.) [Greenberg, 2008, s. 67–68; Entertainment Merchants Association, 2007]

Velké filmové studio Walt Disney se dlouho nedokázalo rozhodnout, jakou zaujme pozici, a to především proto, že bylo součástí soudní pře proti nahrávání filmů vysílaných v televizi. Po verdiktu soudu první instance, se nakonec rozhodlo k odvolání studia *Universal* nepřipojit [U.S. Supreme Court, 1984]. V prosinci 1980 se tak pokouší nesměle vstoupit na videotrž, když licencuje 13 (ze svých více než 170) filmů pro prodej a pronájem prostřednictvím sítě *Fotomat*.

1.3 Kvantifikační analýza vlivu pornografie na video formáty

V elektronickém průmyslu lze dosáhnout standardizace několika způsoby. Vládním (lokálním či mezinárodním) nařízením (např.: televizní standardy, telekomunikační standardy), formální shodou mezi zástupci producentů v daném odvětví (např.: CD přehrávače) nebo implicitním přijetím určitého typu technologie, za kterou stojí tak silný sponzor, že jeho názor na architekturu všichni producenti posléze respektují (např.: IBM PC).

Zápolení o to, který z formátů je ten nejlepší, a měl by se tak stát standardem, probíhají pak vždy, když žádný ze zástupců té či oné vize není schopný prosadit svoji ideu u některé ze standardizačních institucí či nesežene dostatečnou podporu u ostatních producentů v odvětví. Nastává doslova válka formátů, a pokud nedojde ke klíčovému prozření (jako v případě Edisona, který se málem nechal stejnosměrným proudem usmažit na škvarek, aby dokázal, že je tento proud bezpečnější než střídavý), musí takovýto spor rozhodnout síla trhu.

Ekonomická literatura v takovýchto případech zkoumá dynamiku tohoto souboje a jako klíčový faktor, který nakonec vede k vytvoření de facto standardu, tím že jeden z konkurentů získá naprostou převahu na trhu, rozpoznává tzv. „network externality“ či „network effect“ (většinou se do češtiny v literatuře nepřekládá, pokud ano, nejčastější výskytem je termín „síťový efekt“ či „Metcalfův zákon“ – podle propagátora ethernetu).

Takový byl i příběh souboje video formátů mezi systémy *Betamax* a *VHS*. Po neúspěšných snahách firmy *Sony* o standardizaci shora či dohodu mezi japonskými výrobci elektroniky, jež byly popisovány v předchozí části (viz 1.2.3), musel rozhodnout samotný trh. Ekonomické studie prodejnosti videorekordérů se shodují, že právě trh s domácími videorekordéry (v USA i celosvětově) je názorným příkladem dynamického rozvoje s přítomností „network externality“. [Cusumano, 1988; Ohashi, 2003; Park, 2004]

1.3.1 Network externality

Network externality jako teorie vychází z dodatečného užitku vlastnictví konkrétního produktu, zkoumá přitom efekt jednotlivého uživatele daného produktu na hodnotu produktu pro ostatní jeho uživatele. Pokud je tato „network externality“ přítomna, dodatečný užitek v tomto případě roste s rostoucím počtem ostatních uživatelů, kteří vlastní stejný produkt. Na principech „network externality“ se rozvíjely mimo jiné takové inovace, jako byly telefony, internet či v posledních letech online sociální sítě.

Zároveň pro tuto teorii „network externality“ platí, že její efekty se stanou významnými na skutečný tržní rozvoj, až když je dosaženo určitého kritického množství penetrace daným produktem či technologií. V okamžiku dosažení onoho

kritického množství je užitná hodnota zakoupeného produktu vyšší nebo minimálně rovna ceně zaplacené za tento produkt. Jak se hodnota produktu s rostoucí uživatelskou základnou po dosažení kritického množství stále zvyšuje, kupuje si tento produkt čím dál tím více lidí.

Pokud tak spolu soupeří několik přímých konkurentů na trhu, který se vyvíjí zejména podle „network externality“, zvítězí nakonec ten, který měl v okamžiku dosažení kritického množství největší tržní podíl. Od té doby počet uživatelů/zákazníků roste nejvíce právě tomuto konkurentovi, čím se jeho tržní podíl stává čím dál tím větším, až se stane de facto standardem.

1.3.2 Vytvoření kritického množství

Na americkém trhu s videorekordéry, který byl prvním a nejvýznamnějším exportním trhem pro v té době nastupující technologii, je rozpoznání bodu kritického množství klíčové pro veškeré snahy o kvantifikaci či analýzu vlivu pornografie na tento trh, a tedy i na soupeření video formátů *Betamax* a *VHS*. Jedině do této chvíle lze brát vliv některého z podpůrných odvětví jako signifikantní, neboť po dosažení tohoto bodu je budoucí vývoj z větší části předurčen efektem „network externality“.

Tohoto kritického množství bylo dosaženo zhruba na přelomu let 1980–1981, kdy penetrace videorekordérů v amerických domácnostech s televizí (což je pro provoz videorekordéru esenciální nutnost) přesáhla 2,5 % (dle výpočtů k 31. prosinci 1980 se jednalo o 2,64 %, respektive 2,36 %; viz tabulka č. 3), a zároveň průměrná cena videorekordéru klesla na hranici 500 dolarů (1/4 ceny z roku 1976, 1/3 ceny z roku 1977). Jako klíčové toto období na americkém trhu rozeznávají jak Ohashi, tak Park. Park přitom ve své kvantitativní analýze vývoje prodeje na trhu s videorekordéry (*Quantitative Analysis of Network Externalities in Competing Technologies: The VCR Case*, 2004) dokonce vyvozuje následující: Umístíme-li tento bod právě do 31. prosince 1980, je vývoj prodeje na americkém trhu s videorekordéry (poměr prodeje formátu *VHS* oproti prodeji formátu *Betamax*) v letech 1981–1988 popsán výhradně dynamickým modelem „network externality“, s přesností, jejíž minimální hodnoty odpovídají 70,3 až 86,8 % pro jednotlivé meziroční změny prodeje jednotlivých video formátů.

1.3.3 Analýza vlivu pornografie na americký trh s videorekordéry (1976–1980)

V tuto chvíli nám tedy pouze zbývá analyzovat vliv pornografie na americký trh s videorekordéry v letech 1976–1980. Jak moc vlastně pornografie přispěla k tomu, že na konci roku 1980 měl formát VHS 55% podíl (viz tabulka č. 3) na americkém trhu s videorekordéry?

K této analýze budeme potřebovat blíže prozkoumat jednotlivé faktory působící na americký trh s videorekordéry v tomto období. Těmi jsou: nabídka videokazet, dostupnost videokazet a prodejnost videokazet. Tyto faktory pak můžeme porovnávat s prodejními výsledky videorekordérů a vývojem jejich tržních podílů v USA, případně s dalšími faktory, které jsou oblíbené v diskuzích.

1.3.3.1 Nabídka videokazet v USA

Vzhledem k tomu, že společnost *Sony* od počátku koncipovala svůj systém *Betamax* pouze jako zařízení pro nahrávání televizních programů, byla nabídka přednahráných titulů celosvětově rovná nule. Tato situace se pro *Betamax* dokonce zhoršila po vstupu na americký trh, když velká holywoodská studia *Universal* a *Walt Disney* chtěla právní cestou znemožnit nahrávání v televizi vysílaných filmů na videokazety. Ostatní studia byla v tomto ohledu také vůči *Betamaxu* skeptická. Faktem zůstává, že nikoho v *Sony* dlouho nenapadlo nějaké filmy pro *Betamax* licencovat.

Prvním filmem, který byl vydán na 1/2 palcové videokazetě, bylo korejské drama *Cheongchun gyosa* (Mladý učitel) z roku 1972 (režisér Kim Ki-duk). Tento film byl na japonský trh uveden na konci roku 1976 pro systém *VHS* krátce poté, co se 31. října 1976 začaly videorekordéry formátu *VHS* poprvé v Japonsku prodávat. Mimo Japonsko a Jižní Koreu je první videokazetou s přednahráným obsahem zřejmě pornografický počín *Lesbian Orgy* obsahující sestříhané lesbické scény z nejrůznějších pornofilmů. Ten byl vyroben pro formát *VHS* zřejmě již před uvedením videorekordérů na americký trh v červnu 1977 (viz část 1.2.4). Krátce poté byly vyráběny *VHS* kopie všech slavných pornofilmů první poloviny 70. let. První nepornografické videokazety v USA (celkem 50 titulů) byly vyprodukovány až na sklonku roku 1977 firmou *Magnetic Video*, díky níž se na americkém trhu objevily vůbec první přednahrané videokazety formátu *Betamax*.

Při pohledu na počty vydaných videokazet uvedených v následující tabulce (č. 1) zjistíme, že v naší sledovaném období (1976–1980) vyšlo pouze 292 nepornografických titulů (na *VHS* i *Betamax*) a naopak nejméně 860 titulů pornografických (pouze na *VHS*). Do listopadu 1979 to dokonce bylo pouze oněch prvních 50 titulů společnosti *Magnetic Video* z roku 1977, z nichž se opravdu dobře prodávalo pouze 11 titulů, které vyšly v reedici [Billboard, 1977–1981].

Tab. 1 Vydané filmy na videokazetách do konce roku 1980

	Natočeno filmů	Vydáno na videokazetách
Hollywood¹		
20th Century Fox	1240	108
Paramount	1077	131
Walt Disney	171	13
Warner Brothers	1034	20
Columbia	1528	20
Celkem	5050	292
Pornografický průmysl²		
	2162	860

¹ mezi roky 1935-78 - nejstarší a nejmladší hollywoodský film vydaný do roku 1980; zdroj: vlastní výzkum dle IMDb.com & Billboard Magazine

² mezi roky 1969 - 1980 - nejstarší a nejmladší pornografický film vydaný do roku 1980; zdroj: vlastní výzkum dle IAFD.com, IMDb.com & X-Rated Videotape Guide, 1993

1.3.3.2 Dostupnost videokazet v USA

Zatímco pornografický průmysl měl distribuční síť pro odbyt svých videokazet zajištěné (viz část 1.2.1), distribuce hollywoodské produkce vázla. Do listopadu 1979 byla firma *Magnetic Video* jediným výrobcem nepornografických videokazet v USA a jediná síť videopůjčoven *Video Station* měla 42 poboček. Existovalo zde i pár specializovaných obchodů na videotechniku, které nabízely některé z video titulů k prodeji. Většina nezávislých videopůjčoven nabízejících k zapůjčení i hollywoodské filmy, však měla dle vyjádření pamětníků mnohem větší oddělení pro dospělé [Greenberg, 2008, s. 105-107; Pornography : a Secret History of Civilisation, 1999a]. Za větší zmínku z nich stojí jen *Video Movie Club of Springfield* založený v roce 1978, který nejprve nabízel k zapůjčení materiály pro nejrůznější filmové a video formáty, avšak během 80. let se stal čtvrtou až pátou největší sítí videopůjčoven v USA s necelými 50 pobočkami [Family Video, 2012].

S příchodem ostatních hollywoodských studií na trh s videokazetami se však, jak už víme (viz část 1.2.4.2), neosvědčila ani distribuční síť kiosků *Fotomat*

(3700 stánků v USA), která s tímto byznysem skončila necelé tři roky po zařazení přednahráného obsahu na videokazetách do své nabídky.

1.3.3.3 Prodejnost videokazet v USA

Nedostatečné pokrytí distribučních kanálů a absence širší nabídky nepornografických titulů tak samozřejmě vedla k disproporčnímu postavení nepornografických videokazet na trhu. Ta se s postupným zapojením více hollywoodských studií jako vydavatelů videokazet sice koncem roku 1979 zmenšila, přesto se ještě během roku 1980 prodalo více pornografických videokazet než nepornografických (více než 50 % dle [Merryl Lynch, 1986, s. 113], 60 % dle [Rogers, 1988]). V anketě přiznalo nákup pornografické videokazety 40 % oslovených vlastníků videorekordérů a týdně se v USA půjčilo více než 15 miliónů pornografických videokazet [Heidenry, 1997, s. 213]. Porovnáme-li prodejnost videokazet s přednahráným obsahem za roky 1978 až 1979, pornografické videokazety zaujímaly za rok 1979 nejméně 70% podíl v počtu prodaných přednahráných nosičů [Merchandising, 1980a], za roky 1978 a 1979 souhrnně pak více než 75 % všech prodaných přednahráných videokazet [Merchandising, 1980b]. Průměrná cena pornografické videokazety (100 dolarů) byla přitom více než dvakrát dražší než nepornografické (42 dolarů) [Coopersmith, 1998, s. 104].

Přesná prodejnost videokazet za rok 1977 není známa, jelikož nebyla v té době snaha jí nijak u tohoto nového segmentu trhu sledovat. Nabízí se však jiné zajímavé srovnání. V roce 1970 zpráva prezidentské komise o obscenitě a pornografii (*President's Commission on Obscenity and Pornography*) uvádí, že celková hodnota prodaného pornografického zboží v USA je odhadována na 5–10 miliónů dolarů. S nástupem 3/4 palcových videokazet *U-matic* a především rozšířením „peep-show“ automatů po celém USA se v letech 1973–1976 pornografický průmysl v odhadech drží zhruba na hranici 2 miliard dolarů utržených na tomto trhu. [Lane, 1999, s. 48 a 103]

V roce 1977 pornografický trh tento raketový růst zopakuje s příchodem prvních 1/2 palcových videokazet (*VHS*), když tržby meziročně zdvojnásobí na v té době téměř neuvěřitelné 4 miliardy dolarů (téměř 16 miliard v dnešních cenách). Závěry kalifornského oddělení spravedlnosti (*California Department of Justice*), které s tímto zjištěním přišlo, se dostávají na veřejnost v článku prestižního časopisu

Forbes. Ten na stejném místě pro srovnání dodává, že za rok 1977 utržil nahrávací průmysl 2 miliardy a hollywoodský filmový průmysl 2,7 miliardy dolarů, a že dle vyjádření osloveného policejního důstojníka z jednotky zabývající se pornografií, mohou být skutečné pornografické příjmy 2x až 3x větší než se ve zprávě udává. [Cook, 1978, str. 81]

Je nutné v této souvislosti podotknout, že peníze z pornografie samozřejmě nikdy nebyly, jakožto součást organizovaného zločinu, daněné podle skutečnosti, a tak byla skutečná prodejnost mnohem vyšší, neboť podíly prodejnosti byly ve většině případů počítány právě podle přiznaných zisků a systém elektronických registračních pokladen ještě neexistoval.

Reuben Sturman například měl nejméně 6 různých identit, na něž měl vedené milionové účty ve Švýcarsku (jeho syn a jeho právník jich měli také několik). V roce 1989 byl pravomocně odsouzen mimo jiné za daňový únik 40 miliónů dolarů (až 300 miliónů dolarů čistého zisku), který vyšetřovatelé *FBI* rozkrývali 15 let. V roce 1979 například v daňovém přiznání přiznal zisk směšných 1 237 dolarů. Systém fungoval tak, že Sturman a jeho lidé posílali na účty ve Švýcarsku šeky v hodnotě 9 999 dolarů, aby se vyhnuli centrální registraci šeků, která se automaticky dělala od hodnoty 10 000 dolarů. [Schlosser, 2003, s. 109–211]

Nikdy se tak nepodařilo s jistotou zjistit, kolik peněz bylo takto z USA odkloněno a jaké tedy byly skutečné zisky jeho pornografického impéria v 70. letech.

1.3.3.4 Faktory přímo nesouvisející s pornografickým průmyslem

Při hodnocení vývoje války video formátů se řada názorů a populárně naučných článků ráda přiklání ke třem argumentům – cena přístroje, kvalita a délka přehrávání. Z nich dva, cenu a délku přehrávání, neustále ráda zmiňuje jako rozhodující důvod pro vítězství systému *VHS* nad systémem *Betamax*. Přičemž kvalita je hodnocena jako jediná kladná vlastnost přístrojů *Betamax*.

Cena videorekordérů

Při porovnávání ceny se tak často setkáme s tvrzením, že přístroje *Betamax* byly mnohem dražší, řádově o stovky dolarů. Zřejmě z nedokonalé informovanosti totiž pisatelé většinou porovnávají ceny videorekordérů v různých obdobích, či různé technické specifikace. Pravdou naopak zůstává, že *Sony* vždy okamžitě vyrovnávalo

cenovou hladinu svých přístrojů, v případě, že se některý srovnatelný model systému *VHS* prodával levněji. S postupným ztrácením tržního podílu pak byly videorekordéry systému Betamax dokonce výrazněji levnější (1985–1988). [Wasser, 1998, s. 73–75, Hammer et al., 2007, str. 6]

Délka videokazet

S délkou přehrávání je to také složitější. V době vstupu videoformátu *VHS* na americký trh (červen 1977) totiž byly dostupné oba formáty videokazet v dvouhodinové stopáži. Pak ovšem *Matsushita*, mateřská společnost systému *VHS*, přichází v říjnu s kazetou čtyřhodinovou, na což dokážou inženýři v *Sony* zareagovat až o 12 měsíců později s kazetou tříhodinovou za použití ztenčené pásky. V březnu 1979 vyvíjejí v *Sony* zpomalené (1/3) přehrávání, díky níž se na jednu *Betamax* videokazetu dá nahrát až 4,5 hodiny. Toto řešení je schopná *Matsushita* okopírovat do necelého půl roku a tak v srpnu uvádí šestihodinovou *VHS* kazetu. [Cusumano, 1988]

Pakliže v roce 1977 nehrála délka dostupných videokazet žádnou roli, lze si především v roce 1978 všimnout rozdílu, který mohl mít jistý vliv na prodejkách jednotlivých videorekordérů [Cohen, 1989]. Pro standardní film či televizní pořad byla dostačující již dvouhodinová stopáž, avšak pro zápas amerického fotbalu je to málo. Zde tedy lze dát všeobecné domněnce o výhodě videoformátu *VHS* v delším nahrávacím čase za pravdu, i když většinou je tomuto přikládán až příliš velký důraz. Od roku 1979, kdy byly pro oba formáty dostupné čtyř- a vícehodinové kazety, neměla délka videokazet prakticky žádnou roli. Tento názor sdílí i sběratel videorekordérů Andy Hein, vlastník soukromé muzeum *Total Rewind* v Brightonu (74 modelů videorekordérů, které reprezentují celkem 21 různých formátů) [Hein, 2010]. (Ohánění se osmi- či dokonce desetihodinovou délkou videokazet *VHS* v polovině 80. let, jak dělá například *Wikipedie*, je tak dle mého názoru nesmyslné, a zbytečně zjednodušující problematiku. V té době byl dle provedených ekonomických studií souboj dávno rozhodnut, a *Betamax* by nezachránila ani šestnáctihodinová videokazeta - viz formát *VCC* v části 1.3.3.6)

Kvalita

Poslední z argumentů se týká kvality přehrávání, kde především technofilní populace nenechává na *VHS* formátu nit suchou [Perry, 1988]. Je skutečností, že

Betamax formát nabízel zpočátku neporovnatelně lepší obraz s vyšším horizontální rozlišením, nižším obrazovým šumem a méně přeslechy mezi jednotlivými video a audio kanály. Avšak díky ztenčení pásky v říjnu 1978 se tyto obrazové výhody systému *Betamax* téměř vytrácí. Všeobecně pak lze konstatovat, že většina technologických inovací v oblasti videorekordérů vznikla u *Sony* a až později byla implementována konkurencí (viz tabulka č. 2). Kvalitnější zpracování samotných rekordérů pak také hovoří pro systém *Betamax*. [Wasser, 1998, s. 73–75, Hammer et al., 2007, str. 6]

V dnešní době se pak najdou i 25 a více let staré videorekordéry *Betamax*, které jsou stále funkční, zatímco 10 let starý videorekordér *VHS* nezprovozníte, protože většinou přestal fungovat po 3–4 letech provozu.

Tab. 2 Inovace a jejich uvedení (rok/měsíc)¹

	Betamax	VHS
Bezdrátové ovládání	1977/3	1977/6
1/2-rychlost	1977/3	1977/6
Slow/Still	1979/3	1977/12
Přenosný videorekordér	1978/9	1978/2
1/3-rychlost	1979/3	1979/8
Scan/Slow/Still	1979/3	1979/8
Stereo nahrávání	1980/7	1979/8
Hi-Fi	1983/4	1983/5

¹ Tučně je zvýrazněn ten formát, jež inovaci vynalezl; zdroj: Cusumano, 1988

1.3.3.5 Prodejnost videorekordérů v USA dle formátů a jejich tržní podíl

Společnost *Sony* na americkém trhu zaznamenávala se systémem *Betamax* v letech 1976–1977 úspěšný růst v produkci i prodeji videorekordérů, avšak s nástupem konkurenčního systému *VHS* byla již roku 1978 dvojkou na trhu. Doslova raketový vzestup videorekordérů *VHS*, kterých bylo po jejich uvedení na americký trh v polovině roku 1977 prodáno až 80 tisíc za pouhých 5 měsíců (pro srovnání okolo 140 tisíc videorekordérů *Betamax* se prodalo za 2 roky), znamenal, že se systému *VHS* podařilo za rok 1977 získat 40% tržní podíl na americkém trhu s videorekordéry. Ten od únorového uvedení na trh v roce 1976 100% ovládala firma *Sony* se svým systémem *Betamax*. [Time, 1988, s. 52; Ganapati, 2010]

Podrobné údaje v jednotlivých letech lze vidět v následující tabulce (č. 3). Na konci roku 1980 bylo 55 % amerických domácností s videorekordérem vybaveno systémem formátu *VHS*.

Tab. 3 Prodej videorekordérů v USA

Rok	Počet prodaných kusů - v % ¹		Celkový počet prodaných kusů - v tisících	
	Betamax	VHS	EIA ²	NSM ³
1976	100	-	55	50
1977	60	40	160	181
1978	43,2	56,8	402	426
1979	45	55	475	603
1980	40	60	805	860
Celkem	45	55	1897	2120
Penetrace videorekordérů v domácnostech vybavených televizí k 31. 12. 1980 (celkem 8 032 000)			2,36%	2,64%

¹ rok 1977 - Time Magazine, 1988; jinak Consumer Electronics Video Data Book viz Ohashi, 2003

² EIA Consumer Electronics U.S. Sales, 1986 - prodeje vykázané americkými prodejci

³ Nomura School of Management, 1983 - prodeje vykázané japonskými dodavateli

1.3.3.6 Stručný evropský exkurz

První evropský pokus o praktický domácí videorekordér byl formát *VCR* od konsorcia *Philips/Grundig* (Holandsko/Západní Německo). Evropské veřejnosti byl poprvé dostupný v roce 1972. Videorekordéry *VCR* však byly drahé (v dnešních českých korunách přes 80 tisíc), uměly nahrát maximálně 1 hodinu programu a televize nebyla zcela běžnou součástí evropské domácnosti 70. let. Na dvou největších evropských trzích Západního Německa a Velké Británie (až 90 % evropského trhu s videorekordéry) se za 8 let existence celkem prodalo jen něco málo přes 170 000 kusů [Hein, 2010; Hoffman 1990, s. 212–213]. S nástupem levnějších japonských videorekordérů formátů *Betamax* a *VHS* v roce 1978, které téměř za poloviční cenu uměly nahrát až čtyřikrát delší čas, byl konec tohoto formátu nevyhnutelný.

V roce 1980 se ho konsorcium *Philips/Grundig* snažilo nahradit modernějším formátem *VCC* (někdy také *Video2000*), který byl sice mnohem kvalitnější než jeho konkurence a uměl nahrát až 16 hodin, ale byl dražší. Navíc přišel na trh již příliš pozdě. [Cusumano, 1988; Hein, 2010]

Prodejnosti *VCC* nepomohla ani obstrukce, jež si konsorcium zajistilo u Evropské komise, která od prosince 1982 omezila dovoz japonských videorekordérů

do EHS (Evropské hospodářské společenství). Videorekordéry formátu *VCC* se tak přestaly v roce 1985 vyrábět, když už od přelomu let 1983/1984 vyrábí konsorcium *Philips/Grundig* i videorekordéry *VHS*. Od roku 1986 tak na japonské videorekordéry bylo v rámci EHS uvaleno alespoň vyšší clo (14 % místo 8 %, dokonce bylo vymáháno zpětně od 1. 1. 1983 a platilo až do konce roku 1992). [Strange, 1993, s. 200].

O prodejnosti videokazet v Evropě (*Eurostat* například podobné statistiky vede až od roku 1990) lze najít v porovnání s USA (známá obliba statistik ve společnosti) jen málo informací. Pro úplnost uvedme několik dostupných informací o dvou největších evropských video trzích v 70. letech:

V Západním Německu byla pornografie legální od roku 1976. Do konce roku 1980 zde bylo na některém ze 3 videoformátů vydáno 1716 nepornografických filmů [Hoffman, 1990, s. 220], a pornografické filmy tak tvořily zhruba 37 % nabídkových katalogů prodejců [Münzel, 1982, s. 78], přesto zdejší distributoři uváděli 60–80 % podíl pornografických filmů na celkové jejich prodejnosti [Wasser, 2001, s. 26].

Ve Velké Británii byla první prodejcem videokazet americká firma *Magnetic Video*, která zde od roku 1978 prodávala svých 50 původních titulů (nabídku pravděpodobně rozšířila po akvizici dalších filmových práv během let 1979–1980) [Magnetic Video, 2012]. Do roku 1981 však byla jedinou firmou nabízející nepornografický obsah ve Velké Británii [Hein, 2010]. Ačkoli byla pornografie ve Velké Británii zcela legalizována až v roce 1999, tvořila zde podobně jako v Západním Německu až 80 % všech prodaných přednahráných videokazet [Wasser, 2001, s. 26].

V Evropě by se tak nejpravděpodobněji dal sledovat obdobný trend jako v USA, bohužel však chybí dostatek statistik a údajů.

1.4 Shrnutí

Jak lze vidět na představených údajích a souvislostech, byl vliv pornografického průmyslu a jeho produktů na americký trh s videorekordéry v klíčovém období jeho rozvoje, především pak v letech 1977–1980, opravdu nezanedbatelný. V této době pornografie urychlila nejen proces pronikání technologie

videorekordérů do amerických domácností, ale zároveň působila jako katalyzátor konkurenčního boje mezi dvěma nekompatibilními formáty.

Pornografický průmysl jako první úspěšně uvedl na trh přednahráný obsah na 1/2 palcových videokazetách a zavedl jejich pronájem, čímž inspiroval řadu podnikatelů z nepornografické scény k vnímání technologie videorekordérů a souvisejícího trhu jako seriózní investiční možnosti. Zároveň byla pornografie v této době zdaleka nejprodávanějším, nejrozšířenějším a nejpůčovějším obsahem na trhu s videokazetami, přestože pornografické produkty byly více než dvojnásobně dražší než ty nepornografické. Díky své fixaci na jeden formát nosiče umožnil pornografický průmysl systému *VHS* dohnat náskok konkurenčního systému *Betamax*, který na americký trh vstoupil dříve, a vzápětí ho předejhnat. Svým komerčním úspěchem pornografický průmysl inspiroval také hollywoodská studia k opačnému nazírání na videorekordéry, které je přestaly považovat za svoji konkurenci, a naopak v nich našly nový obrovský zdroj příjmů. Ve svém důsledku pak tento raný pornografický video boom znamenal i konečnou standardizaci na trhu s videorekordéry, a to právě pro formát *VHS*.

Z hlediska tzv. síťových efektů (network externality) lze vliv pornografického průmyslu na ekonomiku v případě války videoformátů *VHS* a *Betamax* spatřovat především v počáteční fázi před vytvořením tzv. kritického množství. V té době pornografický průmysl vytvořil druh produktu (přednahráný obsah), který výrazně zvyšoval užitnou hodnotu pouze jednoho ze dvou konkurentů (mechanismem pozitivní zpětné vazby), a to systému *VHS*, který vstoupil na trh později a z hlediska ostatních faktorů (cena, délka nahrávání, kvalita) nebyl ve výrazné výhodě, nýbrž zcela srovnatelný se systémem *Betamax*. Především díky tomuto se podařilo systému *VHS* do dvou let od uvedení na americký trh předejhnat systém *Betamax*. V této souvislosti lze poukázat i na další související mechanismy síťových efektů. V první řadě zde docházelo k jakémusi uzamčení uživatele ve vybraném formátu (tzv. lock-in), neboť náklady na přechod na druhý srovnatelný formát by přesahovaly potenciální zisk uživatele z tohoto přechodu ve chvíli, kdy se již stabilizovala nabídka produktů (v tomto případě přednahráného obsahu) pro obě srovnatelné technologie. Zároveň zde docházelo k preferenci standardu na základě volby předchozích vlastníků technologie (tzv. path-dependence), kdy právě po stabilizaci nabídky přednahráného obsahu, co se

týče šíře jeho nabídky (včetně pornografického obsahu), byla množstevní kusová dostupnost jednotlivých videokazet v sítích videopůjčoven vyšší pro standard VHS, neboť byly tyto kazety častěji půjčovány. I díky tomu lze na rozvoji trhu s videorekordéry po roce 1980 identifikovat právě efekty network externality.

Jak k tomuto tématu v roce 1984 v rozhovoru pro *New York Magazine* dodala viceprezidentka v té době největší světové sítě videopůjčoven *Video Shack*, Marcia Kesselman: „*Musíme si uvědomit, že zde byla doba, kdy se nedaly koupit jiné videokazety než pornografické.*“

Video mělo ve spojení s pornografií něco, co předtím neměla literatura, fotografie ani film. Ve stejném okamžiku zmizelo lineární odvíjení děje i riziko nechtěného veřejného přistižení či dokonce zatčení. Z ilegálního, případně pololegálního a mnohdy skomírajícího byznysu se tak stala nedílná součást života moderní společnosti, když z ponurých pornokin přišlo porno až do obývacích pokojů.

2 Internetové technologie

Od své komercializace a uvolnění pro veřejnost, které se odehrálo na počátku 90. let 20. století, se mezinárodní síť Internet stala předmětem zájmu pornografického průmyslu, který v něm viděl potencionální distribuční kanál pro své produkty. Již v počátku většiny předchozích či souběžných veřejných online služeb (Prestel, Minitel, BBS, Usenet, Gopher, WWW,...) byla pornografie nedílnou součástí jejich obsahu a jedním z hlavních lákadel (ne-li tím největším) pro první uživatele, především mladé muže s disponibilním příjmem [Coopersmith, 2006, s. 3]. Tito první osvojitelé nové technologie zrychlili vytvoření kritického množství uživatelů nutného pro etablování každé novinky na trhu, čímž přispěli k vytvoření nejen technologického, ale i finančně soběstačného kyberprostoru.

2.1 *Bandwidth a Broadband*

Díky popularitě a objemu přenesených dat, v porovnání s ostatními internetovými „službami“, byla pornografie zodpovědná za neustále se zvyšující požadavky na šířku připojovacího pásma (bandwidth). V první polovině 90. let tak například magazín *Penthouse* dával k předplatnému logem firmy okrášlené 2400 baudové modemy (nejvýkonnější na tehdejšímu trhu) [Tanasie, 2011], aby se zákazníci mohli pohodlně dostat na jejich „stránky“ v systému elektronických nástěnek BBS (Bulletin Board System), což byl v mnoha směrech předchůdce World Wide Webu, potažmo Internetu jako jeho technologického nosiče. Když pak byly v březnu 1995 zpřístupněny webové stránky *Penthouse.com*, navštívilo je jen za první den 802 tisíc návštěvníků (přes 5 % uživatelů Internetu v té době) [Coopersmith, 1998, s. 113]. Z 20 nejhledanějších výrazů na vyhledávači *Yahoo!* bylo v říjnu 1996 pornograficky zaměřených hned 12, a pokud mezi pornograficky zaměřené (z důvodů popsaných v části 2.4.1) zařadíme i výrazy „chat“ a „chat rooms“, bude jich hned 14. Vezmeme-li pak v potaz kvantitativní analýzu 200 nejhledanějších výrazů na stejném serveru, lze pornografickou souvislost rozeznat u 41,62 %, respektive 45,37 % z těchto dotazů (viz Příloha 2). V roce 2000 byl *CaveCreek Wholesale Internet Exchange*, správce více než 300 pornografických serverů (nejméně 10 z nich využívaly v té době nejnavštěvovanější pornografické webové stránky *KaraXXX.com* s 6,9 milióny

unikátních návštěvníků denně), největším zákazníkem internetového poskytovatele *GTE* (nyní *Verizon*) a přes jeho servery proudilo více internetového provozu než přes servery *Yahoo!* (další ze zákazníků *GTE*) [Glidewell, 2000, s. 199-202]. Tento trend potvrzuje i zpráva *National Research Council* (Národní rada pro výzkum) z roku 2002, ve které je uvedeno, že první dva největší konzumenti šířky připojovacího pásma jsou americké pornografické firmy [Hughes, 2002].

Studie z univerzit ve Standfordu a Duquesne přitom v roce 2000 zjistila, že pornografické stránky tvoří 60 % všech navštívených webových stránek [Hughes, 2000]. Zatímco v USA byl trend rozšiřování širokopásmového (broadband) internetového připojení mezi zákazníky za účelem stahování pornografie zaznamenán poskytovateli v roce 2001 [Perdue, 2002, s. 27], v Evropě podobnou situaci odhalila v roce 2003 studie společnosti *Nielsen/NetRatings* [Reuters, 2003]. Tato problematika měla ve své době i společensko-kulturní rozměr; broadwayský muzikál *Avenue Q* z roku 2003 obsahoval satirickou píseň *Internet is for porn* (Internet je pro pornografii). Toto představení se dočkalo mnoha stovek repríz po celém světě a popularita této skladby například na serveru *Youtube* dosahuje přes 20 miliónů zhlédnutí (úhrnně v jednotlivých vizuálních verzích).

Informace z nedávné doby pak ukazují, že jediná pornografická website (zkráceně „web“, označení pro kolekci webových stránek, zpravidla dostupných přes společnou domovskou adresu URL), může v době svého maximálního vytížení tvořit i 2 % celosvětového internetového provozu [Anthony, 2012]. Je tomu tak především proto, že podobně vytížené pornografické weby (*Xvideos*, *Youporn*, *Redtube*, apod.) jsou naplňovány obsahem samotnými uživateli, a jsou tedy zdrojem obrovských databází bezplatné pornografie (byť jde často o pirátské verze). Přestože v současnosti zažívá díky podobným trendům placená pornografie na internetu odliv nejen návštěvníků, ale především financí, byla to právě ona, jež pro svět objevila možnosti monetizace WWW, což je jeden z jejích největších přínosů.

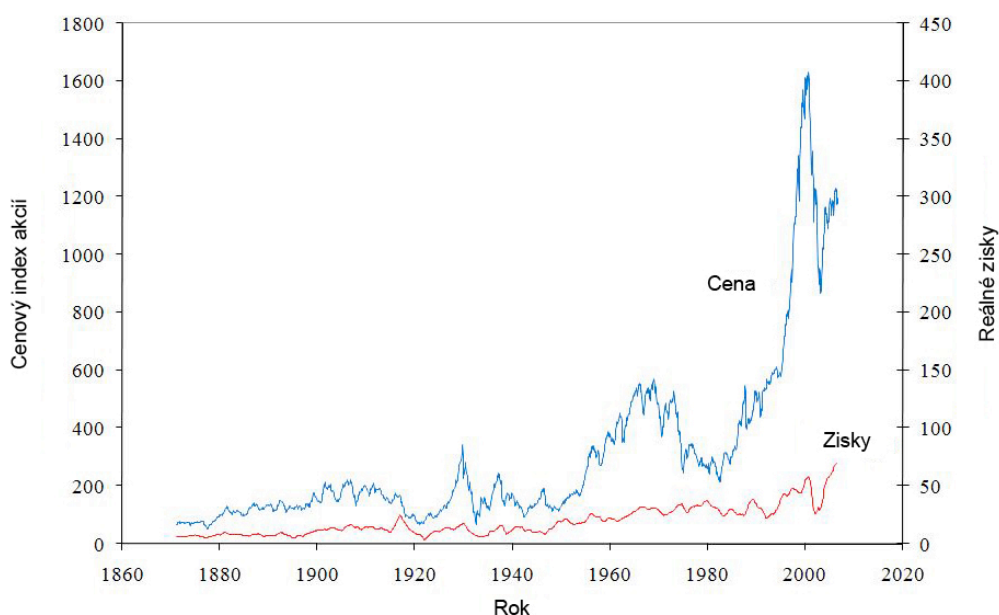
2.2 Monetizace webového obsahu

V okamžiku, kdy vyprchalo prvotní nadšení z vlastnictví webových stránek, začal být jejich obsah předmětem ekonomických zájmů jejich provozovatelů. Hlavním cílem se stala snaha o nalezení řešení, které by umožnilo přeměnit návštěvnost na

peníze, a to ideálně tak, aby webové stránky nadále nebyly pouhým „vysavačem“ finančních prostředků mateřských firem, ale zároveň generovaly vlastní příjmy, potažmo dokonce zisk.

Neúspěšné snahy o transformaci neziskových webů v ziskové pak vedly jako jedna z hlavních příčin ke krachu mnoha firem na přelomu 20. a 21. století. Tento fenomén vstoupil ve známost pod pojmem „dot-com bubble burst“ (prasknutí, či kolaps internetové bubliny). Období před tímto krachem (oné internetové bubliny „dot-com bubble“) se vyznačovalo nekontrolovaným a často spekulativním růstem celého internetového odvětví, a to zejména u velkých, na burzách obchodovatelných, internetových firem. Většina těchto firem v podstatě pouze vlastnila webové stránky s koncovkou „.com“ (proto dot-com bubble), aniž měla promyšlený obchodní model, zejména pak faktickou konverzi návštěvnosti jejich webů na peníze. Po vyčerpání venture kapitálu (dalo by se přeložit jako rozvojový investiční kapitál, překlad rizikový kapitál je někdy označován za nepřesný) tyto firmy zkrachovaly, čímž uvedly celé související odvětví (např. poskytovatele připojení, webhostingy, poskytovatele služeb) ve finanční nejistotu, když celkové finanční ztráty přesáhly 5 biliónů amerických dolarů. [Smith, 2011; Dot-com bubble, 2012]

Fatální absenci zisků mezi lídry internetového odvětví dokládá i poměr ceny akcií a zisků firem, obchodovatelných na akciových trzích v USA (viz obrázek níže).



zdroj: Market Folly, 2009

V období, kdy ziskovost firem rostla maximálně v jednotkách %, cena jejich akci stoupla i pětinašobně (*Cobalt Network* +482 %, *Foundry Network* +525 % či *Akamai Technologies* +458 %; absolutně rekordní růst zaznamenala *VA Linux* +681 %), přičemž tyto firmy tak dosahovaly zhruba 100násobného nadhodnocení [Fleckenstein & Sheehan, 2008, s. 74–75]. Přitom právě ziskovost je vitální nejen pro existenci samotné firmy, ale i pro oceňování jejich akcií [Jílek, 2009, s. 89].

Zatímco nepornografické společnosti působící na Webu byly ztrátové, pornografické servery generovaly provozovatelům poměrně stabilní zisk. Dokladem toho mohou být i akciové výsledky společnosti *Private Media Group*, v té době jediné na burze obchodovatelné pornografické firmy. Zatímco americký index *NASDAQ* ztratil během dot-com krize 71,8 % své hodnoty, ztratila firma *Private Media Group* v rámci *NASDAQ* za stejnou dobu pouhých 17,7 % (pro srovnání *Amazon* -93,45 %, *Cisco* -86 %, *InfoSpace* -98,31 %) a její akcie měly v té době vyšší hodnotu než akcie většiny nepornografických firem fungujících na internetu [Investor Guide, 2012; Kozmetsky & Yue, 2005, s. 464]. Tento názor sdílí i samotní poskytovatelé webhostingu a internetové infrastruktury. Podle záznamů největších poskytovatelů webhostingu zaniklo během dot-com krize až 35 % nepornografických serverů, protože jim jednoduše došly finance na platby za tyto služby. Na druhou stranu stejný osud potkal jen 2 % stránek pornografických. Průměrný nepornografický server přitom prý utrácel zhruba 5 tisíc dolarů měsíčně, kdežto jeden pornografický 20 až 30 tisíc dolarů měsíčně [Waskul, 2004, s. 265]. Podle vlastních slov zástupců těchto předních webhostingových společností, by tyto firmy bez pornografické klientely (provozovatelů pornografických serverů) nemusely vůbec zůstat součástí tehdejšího internetového byznysu, protože by neměly samy dostatek prostředků na placení vlastních závazků [Perdue, 2001, s. 26].

2.2.1 Uzavření volného přístupu a zpoplatnění obsahu (předplatné)

Jistou zárukou příjmů vlastníka webových stránek (tedy webu) 90. let 20. století mohla být skutečnost, že nabízený obsah je úzce specifický, tudíž de facto nenahraditelný, a zároveň je po něm mezi uživateli internetu velká poptávka. Tedy něco, co může být vysněným scénářem vlastníků webových stránek i dnes, byť při

současné konstelaci webového trhu se to jeví naprostou utopií. Kolem roku 1996 prodávaly takto úspěšně svůj webový obsah pouze dvě věci: finance a sex.

Wall Street Journal byl v této době se svojí jedinečnou skladbou poskytovaných informací z finančních trhů dokonce jediným nepornografickým portálem, který úspěšně prodával předplatné ke svému webovému obsahu. Během prvního roku své webové existence (1996) získal *Wall Street Journal* přes 500 tisíc online předplatitelů, když roční předplatné na tento jinak nedostupný webový obsah stálo 59 dolarů. (Vrcholem bylo 980 tisíc online předplatitelů v roce 2007, v současnosti jich *Wall Street Journal* má zhruba 400 tisíc). [Wall Street Journal, 2012]

Skutečným průkopníkem webového předplatného však byly pornografické stránky, které sázely nejen na „jedinečnost“ obsahu, ale také na obrovskou míru anonymity, se kterou šlo daný obsah získat. Ta byla v porovnání s předchozími způsoby distribuce pornografických materiálů ke koncovému zákazníkovi naprosto nesrovnatelná. První „stránky“ s placeným pornografickým obsahem se objevovaly už v systému elektronických nástěnek BBS. Jak získával Internet a WWW na popularitě, byla transformace pornografických stránek na toto nové prostředí otázkou okamžiku. Nelze přitom říci, že by tento přesun byl snad stimulován lepší obrazovou kvalitou WWW, neboť klíčový faktor se ukrýval především v možnostech simultánního připojení zřetelně většího počtu uživatelů k jedné stránce, než tomu bylo možno předtím v případě BBS nástěnek. [Barss, 2010, s. 119–122; Perdue, 2001, s. 55; Bulletin Board System, 2012]

2.2.2 Prodej webové reklamy (banner)

Počátky webové reklamy sahají do roku 1993, kdy si první webový banner zakoupila americká právnická firma *Heller, Ehrman, White and McAuliffe* na portálu *GNN.com*. Tato forma reklamy vnořená do webových stránek se od roku 1994 rychle začala rozšiřovat a brzy uchvátila většinu velkých webových projektů. U klasických bannerů byl posléze objeven jev známý jako „banner blindness“ (bannerová slepota), kdy se zjistilo, že uživatelé prakticky ignorují informace distribuované prostřednictvím bannerů umístěných na standardizovaných místech webové stránky. [Web banner, 2012; Computer History Museum, 2010; Cookson, 2011]

Zásadním problémem bannerů byla skutečnost, že velké firmy zaměřené na marketing k nim přistupovaly stejně jako k tradičním formám reklamy v novinách a magazínech. Pokud tedy například stála reklama v novinách, které měly náklad 100 tisíc výtisků, 5 tisíc dolarů, mělo by stát 5 tisíc dolarů i 100 tisíc zobrazení reklamy na webových stránkách. V letech 1994–1995 se tak obvyklá cena za tisíc zobrazení (neboli impresí) webového banneru pohybovala mezi 40 a 50 dolary u menších společností a přes 100 dolarů u velkých marketingových firem. Do konce roku 1997 pak průměrná cena za tisíc zobrazení webového banneru neklesla pod 40 dolarů. [Web banner, 2012; Bloch, 2007; Imber & Toffler, 2000; s. 51]

Cena za tisíc impresí webového banneru byla kalkulována na základě několika proměnných. Kromě velikosti a umístění banneru na stránce rozhodovala také skutečná návštěvnost stránek, s tím, že více navštěvované stránky si mohly relativně více diktovat ceny, neboť v tehdejší logice byly schopny velice rychle získat potřebný počet impresí a tedy být zárukou úspěšné reklamní kampaně. To byla bohužel nesmyslná představa i v této době, kdy průměrná „click through rate“ (CTR = míra prokliku) bannerů dosahovala přes 2 % a inovativně graficky řešený banner dokázal přilákat ke kliknutí v dnešní době impozantních 7 % návštěvníků stránek. (Pro srovnání uveďme, že jeden z prvních existujících webových bannerů na serveru *HotWired.com* dosáhl v roce 1994 na 78% míru prokliku, zatímco současná průměrná CTR je u web bannerů 0,2 % a stále klesá). [Web banner, 2012; Hofacker & Murphy, 2000, s. 50-51; Cookson, 2011]

Ve chvíli, kdy má člověk zájem o umístění reklamy na některou z webových stránek, je velmi důležité, aby správce stránek, na které máte zájem reklamu umístit, byl ochoten a také schopen dodat přesné a nezkreslené údaje o návštěvnosti [Kříž, 2001, s. 21]. V polovině 90. let však bylo problematické již samotné zjišťování této návštěvnosti, neboť metody se různily podle provozovatelů. Nejběžnějšími způsoby zjišťování návštěvnosti byly integrovaná počítadla návštěvnosti a analýza serverlog souborů (server log je jeden nebo více souborů, který je automaticky vytvořen serverem a jsou do něho ukládány informace o vykonaných aktivitách na serveru) [Web banner, 2012; Barss, 2010, s. 172; Server log, 2012].

Oba tyto způsoby měření návštěvnosti se však dají za pomoci patřičných softwarových nástrojů upravit tak, aby to vyhovovalo provozovateli konkrétních

stránek, díky čemuž docházelo k manipulacím se statistikami návštěvnosti a v důsledku toho k podvodům na webových inzerentech [West, 2010; Web counter, 2012]. Prvním, kdo si tento problém uvědomil, byli provozovatelé pornografických webových serverů (nelze přitom říci, že by v pornografickém segmentu webového trhu docházelo k podvodům s reklamou častěji než v jiných oblastech), kteří stáli za vznikem prvních počítadel návštěvnosti stránek provozovaných 3. stranou (počítání návštěvníků neprobíhá na serveru vlastníka stránky jako dříve, ale pomocí krátkého vnořeného HTML kódu jsou data odeslána na externího provozovatele a zpětně pak zobrazována na mateřské stránce formou počítadla). Prvním takovýmto externím počítadlem byl *XXX Counter* od společnosti *Cybererotica* uvedený na trh na začátku roku 1996. Výhodou tohoto a posléze i ostatních vzniklých externích počítadel však nebylo pouze znemožnění manipulace s údaji o návštěvnosti, ale i snadná implementace do zdrojového kódu webových stránek. Zároveň poskytovala správcům webových stránek nejrozsáhlejší analytické informace o návštěvnících a jejich chování na stránkách. Tato externí počítadla se tak stala de facto první implementací konceptu známého pod pojmy ASP (Application Service Provider) či SaaS (Software as a Service – software jako služba). [Application Service Provider, 2012; Barss, 2010, s. 172–175; Perdue, 2001, s. 58–59]

Výsledkem těchto snah o získání spolehlivých informací o skutečné návštěvnosti byla zjištění, jenž vedla ke změně pohledu na bannerovou reklamu a odhalila ve velké míře podvodné praktiky na inzerentech, což ve svém důsledku vedlo k transformaci celého prodejního modelu této reklamy.

Společnost *Cybererotica* byla v srpnu 1996 první, která přestala využívat bannerovou reklamu na bázi ceny za tisíc impresí, když představila systém *FastCash* (transformován do partnerského programu *CECash – CyberErotica Cash*), který byl prvním PPC (pay-per-click – platba za kliknutí) programem na Webu (reklama na produkty společnosti *Cybererotica* se prostřednictvím programu *FastCash* zobrazovala na partnerských webech, za každý proklik z partnerského webu na reklamu vedoucí na jeden z mnoha webů společnosti *Cybererotica* získávali majitelé těchto partnerských webů malé obnosy peněz). Do konce roku 1996 byl tento systém upraven tak, že proplácel pouze kliknutí z unikátních IP adres, neboť se na Webu objevili první „klikací“ roboti, kteří začali manipulovat s inzertními výsledky

automatickým klikáním, aby zajistili vlastníkově partnerských webových stránek více příjmů. [CECash, 2007; Pay per click, 2012; Barss, 2010, s. 172–175; Perdue, 2001, s. 58–59; Cybererotica Webmaster Tour, 1999]

PPC systém *FastCash* byl již na jaře 1997 nahrazen systémem *HighRollers* (dnes již také transformován v rámci partnerského programu *CECash*), který byl prvním, který vyplácel odměny za bannerovou reklamu pouze v případě určitého konverzního poměru (lepší než 1:650), tedy pouze pokud každý x-tý návštěvník přeměřovaný na jeden z webů společnosti *Cybererotica* zde zároveň provedl nějaký nákup [CECash, 2012; Cybererotica Webmaster Tour, 1999]. K tomuto kroku byla společnost *Cybererotica* donucena vývojem v oblasti automatických klikacích robotů, kteří se již uměli při každém kliknutí prezentovat jinými podvrženými IP adresami. Konkurenční systém *Amateur Money* poté například začal nabízet 0,04 dolarů za každý proklik z unikátní IP adresy, případně 0,06 dolarů za každý proklik z unikátní IP adresy, pokud byl konverzní poměr lepší než 1:800 [Perdue, 2001, s. 61].

Abychom si plně uvědomili inovativní přístup tvůrců pornografických webů k online reklamě, nabízí se zde zajímavé srovnání. Do roku 2000 přešli na systém odměn vyplácených pouze na základě konverzí všichni poskytovatelé online pornografického obsahu, a žádný již tedy nevyužíval systém založený pouze na platbě za každý proklik (PPC). Na druhou stranu uveďme, že *Google* teprve roku 2002 začal s PPC reklamou, když předtím od prosince 1999 prodával reklamu pouze na základě platby za tisíc impresí. Konkurenční společnost *Yahoo!* představila PPC reklamu v říjnu 2001, kdy přejala koncept samozvaných vynálezců PPC reklamy *GoTo.com*, kteří tento model prodeje reklamy poprvé použili „už“ v roce 1998. [Collins, 2000; Pay per click, 2012]

2.2.3 Partnerský program / affiliate marketing

První náznaky partnerských programů lze najít už před vznikem elektronického obchodu, kdy nejen obchodní, ale i finanční společnosti (banky, pojišťovny) nabízely svým zákazníkům odměny (většinou jednorázového charakteru) za přivedení nového klienta, a v případě specifických prodejních postupů (např. multi level marketing) i určité procento z celkové ceny prodaného zboží (provize).

Tvůrcem první online koncepce affiliate marketingu byl v říjnu 1994 William J. Tobin, zakladatel společnosti *PC Flowers & Gifts*, která od roku 1989 prodávala prostřednictvím BBS a posléze Internetu květiny a dárky. V roce 1995 měla tato společnost již 2 600 partnerských webů zapojených do provizního affiliate programu. [Gray, 2000, s. 192; Affiliate Marketing, 2012]

Zhruba ve stejné době společnost *CDnow* napadlo, že hudebně orientované webové stránky (především hudebních vydavatelství) by mohly na základě seznamů alb na svých stránkách oslovit návštěvníky. Ti by si pak alba mohli i zakoupit, přičemž hudební stránky by nabídly odkaz, který by návštěvníka zavedl přímo na stránky společnosti *CDnow*, kde bylo možné příslušná alba objednat. Tato myšlenka zprostředkovaného nákupu vznikla v hlavách majitelů *CDnow* na podzim roku 1994 během jednání s hudební společností *Geffen Records* a první její aplikace v praxi (právě na stránkách *Geffen Records*) spatřila světlo světa pouhých několik dní po uvedení Tobinovy koncepce (listopad 1994). Nějaká procenta provize však začala společnost *CDnow* platit hudebním stránkám až během roku 1995, neboť do té doby byly jejími partnery pouze weby hudebních vydavatelství, která svojí provizi dostávala s každým prodaným CD nosičem tak jako tak. [Gray, 2000, s. 146; Affiliate Marketing, 2012]

V červenci roku 1996 zahájila svůj partnerský program i společnost *Amazon.com*. *Amazon* zdaleka nebyl první obchodník nabízející affiliate program, nicméně jeho affiliate program byl první, který se dostal do širšího povědomí, a v myslích lidí se stal i jeho průkopníkem či vzorem pro ostatní. *Amazon* totiž investoval nemalé prostředky do rozšiřování tvrzení, že právě on je vynálezcem tohoto obchodního konceptu, jak se stále můžeme dočíst v jeho tiskových zprávách a na jeho webových stránkách. [Gray, 2000, s. 146; Affiliate Marketing, 2012; Collins, 2000; Amazon, 2012]

Skutečným průkopníkem affiliate marketingu jsou však partnerské programy pornografických stránek. Na tomto konsensu se shodují nejen sami zástupci pornoprůmyslu (o jejichž zaujatosti by mohl skeptik spekulovat), ale i marketingoví specialisté [Collins, 2000]. Knižní vydavatelství se o tom však zřejmě zdráhají mluvit, neboť v takzvaných kompletních průvodcích po affiliate programech, jejich historii

a využití (Gray, 2000 a Brown, 2009), nenajdete o pornografických partnerských programech ani slovo.

Jistotou zůstává, že jedněmi z prvních partnerských programů zaměřených na pornografický materiál byly *Follow Me Free* od společnosti *Cybererotica* a *Danni's Cash* webových stránek *Danni's Hard Drive*. Počátky obou těchto affiliate programů lze vysledovat až do roku 1994, kdy oba pornografičtí provozovatelé začali na Webu fungovat [Shaw, 2004]. V tom případě by se jednalo o první online affiliate programy vůbec.

Follow Me Free se historickým vývojem díky řadě inovací transformoval spolu s ostatními partnerskými programy společnosti *Cybererotica* (*FastCash* a *HighRollers*) až v program *CECash*, který lze dnes považovat za jeden z největších a nejkompexnějších partnerských programů na Webu vůbec. [Barss, 2010, s. 172–175; Affiliate Marketing, 2012; CECash, 2012; Shaw 2004]

Inovativní pak byl v rámci affiliate marketingu především přístup pornografických stránek ke svým partnerům. Zatímco klasický partnerský program se potýkal s řadou nedostatků, pornografičtí provozovatelé je dokázali adekvátně vyřešit. Problematická zde byla především monopolizace odvětví, ve kterém nepornografický provozovatel partnerského programu podnikal. Té bylo postupně dosahováno s každým dalším nákupem každého vracejícího se zákazníka. Prvotní nákup sice byl proveden poté, co byl zákazník na cílovou stránku přesměrován partnerským webem (a byla za něj vyplacena provize), ale poté, co zákazník provedl nějakou objednávku přímo z webu provozovatele partnerského programu, nedostal partnerský web, který zákazníka v první řadě k prodejci přivedl, už ani korunu. Partnerské stránky tak udělaly pro provozovatele veškerou namáhavou práci se sháněním nových zákazníků, aby jim odměnou byla nepatrná částka z první provedené objednávky. [Perdue, 2001, s. 73]

Pornografičtí provozovatelé partnerských programů však provize vyplácejí partnerovi neustále do doby, dokud jimi přivedený zákazník platí předplatné, či kupuje nějaké zboží. Partner si navíc může u předplatných vybrat i alternativní jednorázovou odměnu, přičemž u většiny pornografických partnerských programů se jedná zhruba o poměr 85 % z první platby v případě jednorázové odměny, či 50–60 % z každé platby do té doby, dokud zákazník platí předplatné. (Průměrná délka pornografického

předplatného se přitom odhaduje na 3 měsíce.) [Barss, 2010, s. 171; Shaw, 2004; Perdue, 2001, s. 64, 74]

Ještě dál šel na jaře 1996 David Levine, majitel firmy *SexToyFun*, specializující se převážně na prodej erotických pomůcek, když vymyslel koncept virtuálního obchodu. Díky tomuto konceptu si mohl partnerský web vybrat z řady předpřipravených šablon e-shopů (na stránce *myfreewebsite.com*), které nahrál na své stránky, a mohl tak prodávat například pornografické filmy z vlastní produkce. Součástí těchto šablon však byl i jakýsi katalog, ve kterém si majitel partnerských stránek mohl vybrat, které ze zboží firmy *SexToyFun* bude v katalogu zobrazováno a bude ho možné zakoupit přímo z partnerského webu, byť se o odesílání a vyúčtování stará jiná firma než ta, které partnerské stránky patří. Vzhledem k tomu, že se celá transakce takto odehrávala vizuálně přímo na partnerských stránkách, nedocházelo tak k odlivu vracejících se zákazníků na stránky provozovatele partnerského programu. [Sextoyfun, 2012; Myfreewebsite, 2011; Sextoydave, 2011]

Sledování zákazníka od partnera k finální objednávce dělalo většině nepornografických provozovatelů partnerských programů také problémy. K tomuto sledování byly využívány především záznamy server logů. Protože analytické programy na zpracování těchto záznamů nepracovaly vždy na 100 %, docházelo k situacím, kdy partnerský web nedostal provizi za zákazníka, kterého na stránku provozovatele přesměroval, ačkoli ten zde provedl nějaký nákup. [Gray, 2000, s. 47–59]

Pornografičtí provozovatelé tak k tomuto sledování zákazníka záhy začali využívat cookies, a to v době (1995), kdy většina uživatelů či provozovatelů webových stránek ani nevěděla, co tato malá „neviditelná“ data jsou a že se tato data o činnosti uživatelů implicitně ukládají do webových prohlížečů, odkud mohou být webovými stránkami opět čtena kvůli zjištění uživatelské předchozí aktivity. (Což nakonec v USA vyústilo i v řadu federálních žalob na ochranu soukromí.) [Barss, 2010, s. 172; HTTP Cookie, 2012]

2.2.4 Prodej a přesměrování internetového provozu (návštěvnosti)

Rané počátky pornografických partnerských programů se často zakládaly na konceptu výměny webového provozu, kdy byly spolupracující partnerské weby

všechny na stejné úrovni, a tak nedocházelo k finanční kompenzaci za návštěvníka. Když totiž návštěvník zavítal na jeden z partnerských webů, byl po ukončení své návštěvy (většinou pokud neprovedl žádný nákup nebo akvizici předplatného) přesměrován na druhý partnerský web, a naopak. Tato praxe pak postupně přerostla ve specifické odvětví online průmyslu, které je označováno jako „internet traffic trading“ (doslovně přeloženo obchodování s internetovým provozem), kde si každý může na svoje webové stránky koupit téměř jakékoli množství příchozích návštěvníků z nejrůznějších částí Internetu. V současnosti je z drtivé většiny tato praxe využívána právě pornografickými stránkami, mezi ostatními hlavními participanty pak lze najít především online casina a sázkové kanceláře. [Abrams, 2012]

2.2.4.1 Maklér provozu

Klíčovou roli zde hrají poskytovatelé těchto služeb, jacísi makléři obchodující s internetovým provozem. Umožňují svým klientům přímo převést internetový provoz v reálné peníze. Potenciální klienti, kteří si chtějí koupit provoz, si mohou podat objednávku (typicky v násobcích 1000 návštěvníků) a zadat, na kterou adresu URL bude tento provoz směřovat. Obvykle si kupující může vybrat zdroje příchozího provozu podle několika kritérií, jakými jsou určité kategorie pornografie nebo provoz pocházející z určitých zemí. Mezi dostupnými volbami je i provoz, který pochází z online heren, od uživatelů, kteří kliknou na reklamy, nebo třeba odkazy v komentářích na *YouTube* či v emailech. Další možností je často i provoz, který je přesměrován z nedávno zaniklých domén, které si znovu registroval takovýto maklér internetového provozu. Na druhou stranu participují i klienti, kteří chtějí prodat svoji návštěvnost prostřednictvím tohoto makléře, a obdrží na oplátku za tento provoz peníze. Pokud maklér nemá žádné aktivní objednávky od kupujících na typ provozu, který je aktuálně prodávajícím k dispozici, je návštěvník přesměrován zpět na URL stanovenou pro tento případ prodávajícím (často jiná stránka stejného provozovatele). Pokud však maklér má aktivní objednávku na dostupný provoz, dochází k přesměrování návštěvníka a prodávajícímu je připsán malý finanční obnos. Než se klient může podílet na takovémto obchodu s provozem, zprostředkovatelé obvykle tvrdí, že budou kontrolovat zdroj nebo cílový web, aby se zabránilo případnému zneužití. Ve skutečnosti však toto ověřování nedělá téměř nikdo. [Wondracek, 2010, s. 4]

K přesměrování návštěvníka přitom dochází na základě jeho vlastní akce (kliknutí, zadání adresy), nikoli bezpředmětně. Jsou k tomu využívány rozdílné postupy: prvním jsou tzv. exit konzole, druhým pak přesměrování odkazů. Obě tyto praktiky pak jsou zodpovědné za většinu „pop-up“ či „pop-under“ oken a reklam. (Jak z anglického názvu vyplývá, pop-up označuje případ, kdy nové okno stránky překryje zcela nebo částečně stránku původní, pop-under se zase naopak objeví v okně pod aktuálně otevřenou stránkou, a není na první pohled ihned vidět.) [Pop-up ad, 2012]

2.2.4.2 Exit konzole

Exit konzole vyvolá nové okno prohlížeče pokaždé, když se uživatel pokouší zavřít aktuální webovou stránku, ať již kliknutím myši, či příslušnou klávesovou zkratkou. Idea skrytá za touto praktikou je názorný příkladem toho, jak se snaží pornografický průmysl mapovat preference svých zákazníků: Nekoupil jsi předplatné na pornografickou stránku s běloškami? Tak co třeba černošky a Asiatky? Také ne? Zajímá tě tedy amatérské porno či ženy v letech? Ne? Gayové či fetish? Ani to není váš šálek kávy, a co trpaslíci či BDSM? Díky takto strukturované souslednosti nabízených pornografických stránek, které postupně jdou od „mainstreamu“ ke stále specifitějším tématům, je velká pravděpodobnost, že zákazníka nakonec něco zaujme a předplatné na dané stránky zakoupí, a poskytne tak zpětnou vazbu o svých zákaznických preferencích. Prvních pár oken, či chcete-li úrovní, přitom zpravidla odkazuje na jiné tematické stránky téhož vlastníka (byť provozovatel může být často záměrně odlišný) jako původní stránka z webu, kterou chtěl zákazník nejprve zavřít. Teprve posléze je přesměrováván k opravdové konkurenci, za což následně obdrží původní web určitou finanční kompenzaci závislou na konkrétním programu, v němž participuje. [Perdue, 2001, s. 54]

2.2.4.3 Přesměrování odkazů

Podvodné přesměrování odkazů na pornografické stránky má hned několik hlavních typických forem, a to sice „clickjacking“, „pagejacking“ a „typosquatting“, které se postupem času staly základem většiny webových podvodů, a jejich techniky jsou stále zdokonalovány.

Clickjacking je technika při níž dochází k „únosu“ vašeho kliknutí. Pod dojmem, že klikáte na něco jiného, se zobrazí přesměrovaná stránka. Typickým

příkladem takového chování bývají volně dostupné pornografické stránky, které nabízejí odkazy na galerie umístěné na stránkách jiných – jakési agregátory volně dostupných pornografických galerií. Řekněme, že takováto stránka nabízí například odkaz na galerii s nahou Sharon Stone. Uživatel přitom ze zkušenosti už ví, že při určitém počtu kliknutí (zhruba 4–7) na ten samý odkaz bude nakonec přesměrován skutečně na galerii s nahou Sharon Stone. Ostatní kliknutí vygenerují nová okna s nejrůznějšími pornografickými stránkami jiných webů, za což náleží původní stránce finanční náhrada. [Clickjacking, 2012]

Pagejacking je založen na vytvoření (zkopírování včetně meta dat) stránek, které jsou obsahem podobné jiným populárním stránkám (webu) a to především pro automatické procházeče stránek, tzv. web crawlery. Tyto stránky (web) jsou pak ve vyhledávacích indexovány většinou velmi blízko u stránek, které kopírují, a „kradou“ jim tak návštěvníky, kteří by pravděpodobně zamířili na ty známější. Nezřídka se stává, že je dokáží na čelních pozicích vyhledávačů pro určitý termín po nějaké době vystřídat. V extrémních případech pak dokonce vede tato technika k ohrožení existence stránek, které „obsahově“ vykrádá, neboť ty přichází o návštěvnost a následně reputaci (uživatel má dojem, že stránky nabízejí pornografii), a můžou se tak dostat do finančních problémů (web o počítačových hrách *avault.com* takto například přicházel o tisíce dolarů denně kvůli nenaplnění reklamních smluv). Obsahově podstrčené stránky pak většinou slouží pouze k dalšímu přesměrování návštěvníka na některé z participujících stránek, a tedy ke generování návštěvnosti. Největší zdokumentovaný případ pagejackingu na světě, který byl odhalen a ukončen v září 1999 na základě žaloby podané americkou federální obchodní komisí *FTC* (*Federal Trade Commission*), se týkal zkopírování a podvržení zhruba 25 miliónů z téměř 1 miliardy v té době existujících webových stránek (2,5 % dostupného Webu). Postiženými stránkami byly mimo herních (jako již zmiňovaný *avault.com*) převážně stránky o populárních filmech, knihách, autech, historii či svatbách. Problémem však byly především stránky určené dětem. Teprve ohromná řada stížností naštvaných rodičů, jejichž děti se nedobrovolně staly rukojmími pornografických stránek, vyvolala zájem *FTC*. Samotní jednotliví provozovatelé stránek do té doby nezmohli nic, neboť to úřady nezajímalo. Jediným výsledkem žaloby a následného soudu však bylo zastavení nelegálních operací. Portugalský programátor Carlos Pereira, který schéma vymyslel, ani australský obchodníci Giuseppe Nitra a Greg Lasrado, kteří

na přesměrovaných návštěvnících vydělávali, nijak potrestáni nebyli. [Page Hijacking, 2012, FTC v Carlos Pereira, 2007]

Typosquatting je postaven na nepřesnostech při zadávání webové URL adresy. Provozovatel si zaregistruje adresu, která je velmi podobná adrese populárních stránek, a spoléhá na lidskou nepozornost či překlepy při zadávání adresy. Její URL se často liší například jen jinou koncovkou, dříve byl dokonce uživatel na tyto stránky přesměrováván i samotnými browsery, které automaticky doplňovaly koncovku „.com“ ke každé zadané adrese bez koncovky [Typosquatting, 2012]. Přesměrování z takto podstrčené adresy pak opět generuje provoz pro některé z participujících webů. Každá pátá zadávaná webová adresa přitom podle statistik obsahuje překlep [Kasík, 2007]. Nejznámějším příkladem pornografických stránek využívajících technik typosquattingu byl web *Whitehouse.com*, zaměřený na uživatele směřující původně na stránky americké prezidentské kanceláře (*www.whitehouse.org*), který nabízel pornografické materiály nepřetržitě od roku 1996 do roku 2004, kdy byla doména prodána a sloužila nadále například pro realitní agentury. [Whitehouse.com, 2012]

2.2.4.4 Prodej provozu více makléřům současně

Vynalézavost klientů participujících v systémech prodeje internetového provozu je velická, a tak do hry brzo vstoupily i podvody přímo na makléřích internetového provozu. Nejjednodušším příkladem takového podvodu, který sám generuje peníze, je nakoupení určitého množství návštěvníků od jednoho z makléřů a vzápětí rozprodání tohoto provozu mezi hned několik makléřům současně. Díky nízkému zabezpečení provozovatelů makléřských služeb a jejich minimálnímu odhodlání kontrolovat kandidáty na participující weby není ani takto jednoduchý podvod ničím obtížným. Během testování prodeje internetového provozu provedeného týmem kolem Gilberta Wondraceka z univerzity ve Vídni byl průměrný počet koupených návštěvníků potřebných na jeden klik 3,78; stačilo tak prodávat nakoupené návštěvníky pouhým 4 provozovatelům makléřských služeb, aby se staly jejich pornografické stránky ziskové, a to bez jakékoli vlastní přidané hodnoty. [Wondracek, 2010, s. 4,12]

2.3 Internetové platby

Ač samotná poptávka po pornografických materiálech byla na internetu obrovská, nezajišťovala sama o sobě pornografickým provozovatelům vůbec nic, dokud nedokázali rychle a efektivně přijmout a zpracovat platbu za tento obsah. Všechny monetizační praktiky by bez pokroku v oblasti internetových plateb byly zbytečné.

Jak už víme, první „stránky“ s placeným pornografickým obsahem se objevovaly už v systému elektronických nástěnek BBS, přičemž není znám případ jiné BBS nástěnky s placeným obsahem než pornograficky zaměřené. Byli to tedy pornografičtí provozovatelé, kdo musel ve svém vlastním zájmu vymyslet způsob placení v prostředí, kde zatím nikdo žádné platby nerealizoval. Zprvu probíhaly platby rozličně, avšak k hladkému, (relativně) bezpečnému a bezprostřednímu zpracování platby, které známe dnes, měly opravdu daleko.

Nejdříve museli předplatitelé zavolat na určité telefonní číslo a sdělit pracovníkovi informace o kreditní kartě, stejně jako se to dělalo u standardních telefonních objednávek z katalogů či teleshoppingu. Průkopníkem těchto služeb na konci 80. let byl Richard Gordon, pozdější zakladatel *Electronic Card Systems*, jednoho z prvních zpracovatelů kreditních plateb [Stone, 2008]. Takovýto telefonát ale popíral veškerou výhodu anonymity, kterou online přístup k pornografii ideově nabízel. A tak přišly na řadu online formuláře, kam se všechny informace o kartě vyplnily. Tyto informace však musel někdo ručně zpracovat, což přinášelo časové prodlevy v řádech hodin. To zase ubíjelo impulsivnost potřeby uspokojení pudových tužeb, s níž je nákup pornografie zpravidla spojen.

Další inspiraci našli pornografičtí provozovatelé u sexu po telefonu a začali využívat pro přístup k pornografickým stránkám prémiová čísla s vyšší tarifací (návazné podvodné praktiky viz část 2.5.1). Zde byl zase problém s legislativou, konkrétně ověřením věku klienta přistupujícího tímto způsobem na pornografické stránky, jež u platby kreditní kartou bylo z hlediska práva bezproblémové. Krátkodobým řešením byla další úroveň telefonátů a obdržení čísla klienta na základě ověřování údajů z kreditních karet, což byla opět komplikace pro zákazníka. [Adult Verification System, 2012]

Převod těchto platebních praktik do nově otevřeného světa WWW k nim navíc přidal obrovské bezpečnostní riziko, protože před vznikem protokolu Secure Sockets Layer (doslova vrstva zabezpečených socketů) byla webová komunikace nešifrovaná. To nemohlo zůstat bez povšimnutí, a záhy tak začalo docházet ke krádežím informací o kreditních kartách a jejich zneužívání.

Prvním bezpečným platebním webovým systémem disponoval v roce 1994 nizozemský pornografický provozovatel *Red Light District* (viz část 2.4.2). Uživatel vyplnil do webového formuláře všechny údaje kromě čísla kreditní karty a její expirace. Tyto dvě informace ověřil prostřednictvím telefonu, načež obdržel číslo, jež vyplnil do dalšího webového formuláře a vzápětí získal přístup. [Perdue, 2001, s. 113]

Další inovací byl systém *CyberCash* fungující od dubna roku 1995, který byl vybaven na tu dobu výborným webovým rozhraním. Na zabezpečení ale používal vlastní plug-in, který uživatelé neradi stahovali. Je to stejné jako například u streamovaného videa: nutnost stahování plug-inu odrazuje uživatele od používání zrovna vaší služby [Stonecipher, 2009]. V roce 1997 stejná společnost uvedla systém mikroplateb *CyberCoin*. Činnost ukončila 11. března 2001 bankrotem, po sérii 2 nešťastných událostí z ledna 2000, ze kterých se společnost nikdy nevzpamatovala (Nejprve kvůli chybě Y2K proběhlo 1. 1. 2000 dvojí zaúčtování plateb, a posléze jim byly ruským hackerem odcizeny informace o více než 300 tisících kreditních karet.) [Barrs, 2008, s. 255]. Technologie systému, kterou si firma vybudovala za 6 let práce především pro pornografický průmysl, byla spolu se jménem *CyberCash* odkoupena společností *Verisign*, aby se pak v roce 2005 stala po akvizici firmy *Verisign* součástí systému *PayPal* [CyberCash, 2012].

2.3.1 Zpracovatelé plateb

Aby nebylo starostí s online platbami málo, museli čelit pornografičtí provozovatelé další nepříjemnosti – neochotě bank zřizovat obchodnické účty pro transakce na internetu. To dalo vzniknout specifické roli obchodníka, který byl za provizi (zhruba 15 %) pouze zpracovatelem platby a do transakce mezi webovými stránkami a zákazníkem vstupoval jako 3. strana. Prvními takovýmito zpracovateli byli *DMR* a *Electronic Card Systems* (oba 1995), následováni mnohými dalšími (*Epoch*, *iBill*, *CCBill*, *Epic*, *Digiblaze*, *Globill*, *MSBill*, *Netbilling*) [Stone, 2008; Luke

is back, 1999; Young, 2002]. Primárně nepornograficky zaměřené zpracovatelé online plateb začali vznikat až kolem roku 1998 (*Yahoo! Store* či *PayPal*). Bez systémů zpracovatelů plateb by se nemohly do dnešní podoby rozvinout například internetové aukční domy (*Ebay* apod.), umožňující platbu kreditní kartou mezi dvěma fyzickými osobami.

Tyto systémy trpěly zásadní nevýhodou: ačkoli peníze od zákazníka ke zpracovateli byly alokovány ihned, k provozovatelům stránek dorážely po odečtení provize s určitým zpožděním (i několika dní), ačkoli ti na základě alokované platby již expedovali zboží nebo umožnili přístup ke službě. To se prokázalo na jaře 1999, kdy kvůli řadě pokut za neoprávněné platby (viz 2.3.2.1) zkrachovala společnost DMR, v té době největší zpracovatel online plateb. Pornografickým provozovatelům vznikla neúplně převedenými platbami úhrnná škoda přesahující 80 miliónů dolarů, a řada z nich nakonec také zbankrotovala (Problémem bylo, že *DMR* neměla dostatečnou vlastní finanční rezervu na zaplacení všech pokut, a tak použila peníze určené jejím klientům.) [Luke is back, 1999; Blue player, 2007].

2.3.2 Zneužití internetových plateb

Klasickým schématem zneužití online plateb jsou již několikrát zmíněné krádeže údajů kreditních karet a jejich následné užití k neoprávněné autorizaci nejrůznějších transakcí. Ty jsou však málokdy organizovány přímo pornografickými weby nebo jejich zákazníky. Zautomatizování procesu internetových plateb s sebou ale přineslo dvě nová, navzájem provázaná rizika jejich zneužití.

2.3.2.1 Neoprávněně zaúčtované platby

Kromě řady pornografických provozovatelů, kteří chtěli na internetu dělat poctivý byznys, se s rozmachem pornografických webů začali objevovat i podvodníci, kteří prvoplánově chtěli za pomoci očividné poptávky po pornografických materiálech „oškubat“ co nejvíce lidí. Asi nejproslulejší případ takového podvodu začal v roce 1997, se založením společnosti *Xpics*. K prokázání věku zákazníka používaly stránky *Xpics*, které byly inzerovány jako 100% bezplatné, již zmíněný systém ověření kreditní karty. Tím provozovatelé získali veškeré potřebné informace o kartě, ačkoli zatím neúčtovali žádné poplatky. Po uplynutí třicetidenního bezplatného členství, se toto členství mělo, podle podmínek užívání stránek, automaticky změnit na placené, pokud se

uživatel do té doby z členského programu neodhlásil. Samotná idea by nebyla problém (ostatně ji využívaly i jiné pornografické stránky), kdyby provozovatelé cíleně neznemožňovali toto předplatné zrušit. Situace dospěla dokonce tak daleko, že v podmínkách užívání stránek bylo malým písmem skryto sdělení, že žádost o zrušení členství znamená vlastně žádost o převedení na prémiový uživatelský účet, který byl zpoplatňován několikanásobně větší taxou. Vidina 100% bezplatné pornografie přilákala milióny uživatelů (v květnu 1998 byl *Xpics* s 5 milióny návštěvníky 19. nejnavštěvovanějším webem), kteří až při nejbližším vyúčtování kreditních karet zjistili, že byli podvedeni. A až při dalším vyúčtování teprve zjistili, že byli podvedeni znovu, když se snažili zrušit svoje členství. [Enos, 2000]

V podobných případech (kromě *Xpics* například *RJB Telecom*) následovala vlna stížností na podvodné aktivity k *FTC* (role této komise viz část 2.2.4.3) a hromadné žádosti společností provozující kreditní karty (*Visa*, *Master Card* a *American Express*) o vrácení neoprávněně provedených plateb [Enos, 2000, *FTC*, 2001]. Následná soudní rozhodnutí a vrácení těchto plateb s sebou přinesla tři důsledky pro elektronický obchod:

a) Společnosti provozující kreditní karty začaly uplatňovat přísnější kritéria vůči pornografickým provozovatelům než vůči nepornografickým, začaly jim například účtovat mnohem větší pokuty za vrácení plateb. Společnost *American Express* dokonce znemožnila od května 2000 platby svými kartami za pornografii, což v důsledku oslabilo její pozici u zpracovatelů plateb, tím i u některých nepornografických online obchodníků, a nakonec i u samotných zákazníků. [Lubove, 2003]

b) Kvůli obrovskému množství vrácených plateb dosahovaly pokuty za tyto de facto neoprávněné platby (15 dolarů za každou platbu) takových rozměrů, že položily nejen několik pornografických webů, ale i některé zpracovatele internetových plateb, jako například *DMR* (viz předchozí část).

c) Zákazníci zjistili, že žádostem o zrušení internetových plateb je vyhověváno bez větších kontrol, a začali této praxe zneužívat. Vznikl tak fenomén virtuálních krádeží.

2.3.2.2 Virtuální krádeže

První případy virtuálních krádeží byly sporadické a vlastně i očekávatelné. Manželka (partnerka, přítelkyně) na vyúčtování kreditní karty své drahé polovičky náhodou zjistila, že odchází pravidelná měsíční platba za pornografii, a začala muže vyslýchat. Obrana se v takovéto situaci nabízela sama, muž se musel stát obětí internetového podvodu, protože on přeci na pornografii nekouká. A tak páry ruku v ruce navštěvovaly společnosti provozující kreditní karty a trvaly na vrácení plateb. Poté, co médii proběhla řada případů zneužití kreditních karet, začala tato praxe mezi zákazníky stoupat v oblibě a zaměřili i na nepornografické prodejce. Začali zde objednávat nejrůznější zboží a po jeho doručení rušili u kreditních karet platby (oblíbenou a těžko dokazatelnou lží byla ta o příteli, který zboží neoprávněně objednal, po doručení vznikla kvůli tomu hádka, a on zmizel i se zbožím neznámo kam) [Perdue, 2000, s. 16].

Pornografičtí provozovatelé na každém jednotlivém případě trátili nejvíce, neboť kromě nezaplacené služby byli přísněji pokutováni kreditními společnostmi za každou vrácenou platbu, a při případném vyšetřování se věřilo více zákazníkům než jim. Reakce na sebe nenechala dlouho čekat: vznikly hotovostní předplacené kreditní karty.

2.3.2.3 Jednorázové předplacené kreditní karty

Výhodou jednorázových předplacených kreditních karet je instantní konverze hotovosti v kredit použitelný pro online platby. Odpadá tak riziko vystopování uživatele u účtu, nežádoucího prozrazení uživatelských aktivit a díky relativně nízkým hodnotám kreditů nelze napáchat rozsáhlé finanční škody v případě neoprávněného užití. Pro provozovatele přijímající tuto formu plateb je obrovskou výhodou nemožnost jejich zpětného zrušení; tím pádem nehrozí ani pokuty od kreditních společností. Nákup takovéto jednorázové kreditní karty je pak realizován podobně jako například u mobilních kreditových kupónů, a vlastně se kromě jiného loga neliší ani vzhledem a funkčními prvky (stírací proužek s kódem). Dobrý příkladem takovéto služby je *uKash*, založený v roce 2005 ve Velké Británii, který nejprve podporovaly pouze pornografické servery a online herny [Barrs, 2008, s. 256], aby se posléze stal jedním ze standardních online platebních prostředků. Předplacené kreditní karty *uKash* lze zakoupit i v České republice v řadě minimarketů a trafik, hodnota jeho kupónů pro český trh je 300, 500, 1000 a 2000 Kč [uKash, 2012].

2.4 Ostatní přínosy internetové pornografie

2.4.1 Chat

„*R u M o F? (Are you Male or Female?) – Yes, I am .*“

První online chatovací program byl vytvořen na podzim roku 1973 na universitě v Illinois pro počítačový systém *PLATO* (*Programmed Logic for Automated Teaching Operations*). Tento program *Talkomatic* umožňoval komunikaci až 5 aktivních přispěvatelů na každém z dostupných kanálů a neomezený počet diváků. Jednotlivé kanály se navíc daly zablokovat a umožnit tak soukromou komunikaci (či čtení) pouze určitým jedincům (např. členům jednoho výzkumného týmu). Existovala zde i první forma „Instant Messagingu“, která umožňovala propojit privátně dva terminály systému *PLATO*. [Wooley, 1994]

Přerodem vědecké, výukové a výzkumné pomůcky v komunikační nástroj veřejnosti se chatování stalo klíčem k nové formě pornografie, označované jako cybersex či počítačový sex. Poprvé v historii pornografie se zde zcela stírá hranice mezi producentem a příjemcem pornografického obsahu, a to dokonce prakticky ve stejný okamžik.

2.4.1.1 Minitel

Průkopníkem chatu mezi běžnou veřejností byl francouzský online systém *Minitel*, jenž měl ambice stát se celosvětovým standardem v poskytování online služeb. Tento „předchůdce“ WWW se vyznačoval interaktivním videotextovým rozhraním (po grafické stránce zhruba na úrovni *teletextu*) a vytáčeným připojením pomocí telefonní linky. *Minitel* byl na francouzský trh uveden státním koncernem *PTT* (*Poste, Téléphone et Télécommunications*) v roce 1982, po téměř dvou letech testování prototypů v 6 500 francouzských domácnostech a ve 200 společnostech poskytujících veřejné a finanční služby (např. tisk, doprava, bankovníctví,...). *PTT* se snažil ušetřit náklady na každoroční vydávání papírových telefonních seznamů, a místo nich tedy začal nabízet uživatelům telefonů zdarma terminály systému *Minitel*. Zatímco přístup do databáze telefonního seznamu, jež obsahovala i vyhledávací pole, byl zdarma, za ostatní služby se platilo pomocí telefonních impulsů. Součástí ostatních služeb systému *Minitel* byly stránky s informacemi o počasí a dopravě, možnost nakupování

z katalogů prostřednictvím poštovních zásilek a „e-mailová“ schránka *M3V*. Ta umožňovala vstup do skupinových diskuzí či posílání soukromých zpráv a byla zpočátku tvůrci považována za nepodstatnou „featuru“, která se výrazněji nerozšíří (podobně jako SMS v počátcích mobilních telefonů). Dokonce se během původního testování uvažovalo o jejím zrušení. [Minitel, 2012; Coopersmith, 1999, s. 178]

Francouzi jsou však národem konverzačním a korespondenčním. Erotické dopisy či korespondenční „milenecké“ vztahy jsou pevnou součástí jejich kultury od pozdního středověku (stejně jako je zcela běžně ve společnosti tolerován institut milence/ky).

Po uvedení *Minitelu* na trh tak vznikly seznamky a chatovací služby pro dospělé, které využívaly ke komunikaci technologii právě již zmíněných elektronických schránek. Tyto portály a rozcestníky, tzv. „messageries roses“ (růžové zprávy), byly zpoplatněny od února 1984 speciální sazbou (3x dražší než ostatní služby) a byla jim přidělena zvláštní předvolba 3615. Přesto byly službou zdaleka nejvyužívanější; do konce 80. let tvořily až polovinu veškerého provozu v sítích systému *Minitel* [Minitel, 2012; Coopersmith, 1999, s. 178; Estienne, 2008, s. 64]. Propagace těchto „růžových“ chatů pak činila majoritní podíl v reklamách na systém *Minitel*. Modelky s předvolbou 3615 (často polonahé) ovládly billboardy, televizní reklamy či stránky časopisů [Brotman & Lévy, 2008, s. 362-3]. Výhodou chatování v systému *Minitel* byla skutečnost, že jste mohli vystupovat zcela anonymně, neboť žádné informace o uživateli nebyly uchovávány; každý den jste tak teoreticky mohl vystupovat jako někdo jiný.

Díky zájmu o tyto služby tak narostl počet terminálů v domácnostech na 1 milión v roce 1985, na 2,5 miliónu do roku 1987 a 6 miliónů na začátku 90. let. Vrcholem pak byl rok 2000, kdy bylo v provozu 9 miliónů terminálů *Minitel*, což znamenalo 25 miliónů uživatelů (z celkových 55 miliónů obyvatel kontinentální Francie – tedy 45,4 %, pro srovnání: přístup k internetu v té době mělo 14,4 % Francouzů). [Coopersmith, 1999, s. 178, Minitel, 2012] Přestože v nedávné minulosti systém *Minitel* stále zaznamenával až 10 miliónů jednotlivých připojení měsíčně, byl jeho provoz 30. června 2012 definitivně ukončen. [Pasquesoone, 2012]

2.4.1.2 AOL

V první polovině 90. let byla na americkém trhu (USA) trojice konkurenčních společností nabízejících placené online služby s využitím internetových protokolů (TCP/IP): *Compuserve*, *Prodigy* a *AOL (America On Line)*. Všechny tři služby umožňovaly do jisté míry elektronickou komunikaci blížící se svými rysy „chatování“. *AOL* byla první, kdo uvedl na trh chatovací místnosti (až 48 aktivních uživatelů), neregulovaná diskusní fóra a účty s několika přihlašovacími jmény (až 7 v rámci rodinného balíčku). Avšak pouze *AOL* dokázala vytvořit i privátní chatovací místnosti, ve kterých mohli komunikovat víc než 2 aktivní uživatelé (až 25). Tato možnost vytvořit si ničím neregulované sexuální konverzace se ve svém důsledku stala zásadním, avšak neplánovaným faktorem úspěchu společnosti *AOL*. [Swisher, 1999, s. 216–236; Coopersmith, 2006, s. 5; Perdue, 2001, s. 29; Thompson, 2000]

Zatímco společnost *AOL* na veřejnosti ráda propagovala své informační a novinkové služby, hlavním důvodem registrace nových uživatelů a placení členských příspěvků byl (pornografický) chat. Díky tomu začala být společnost *AOL*, zakládající si na svém veřejném obrazu portálu s rodinnými hodnotami, označována jako „*dům, ve kterém se zrodil sex chat*“ [Coopersmith, 2006, s. 5.]. Ředitel *Penthouse.com* Gerard Vander Leun pak označil *AOL* za „*centrum pornografie v USA*“ [Perdue, 2001, s. 29].

Podíl pornografického chatu na celkovém počtu konverzací byl přitom obrovský, jak prokázaly dva podobné testy. První provedl roku 1995 Perry Glasser, v němž prokázal, že jediné chatovací místnosti, kde skutečně dochází k rozsáhlé komunikaci a jsou zcela naplněny, se týkají sexu a pornografie, zatímco ty nepornografické mají zpravidla 0–2 chatující návštěvníky [Glasser, 1995, s. 44–49]. Test, jenž v září 2001 provedl Lewis Perdue, šel ještě dál. Perdue se pokusil kvantifikovat podíl místností zaměřených na sex a pornografii na celkovém počtu chatovacích místností. Během několika po sobě následujících večerů tak analyzoval obsah jednotlivých chat místností na portálu *AOL.com*. Uživatelské statistiky společnosti *AOL* evidovaly v té době zhruba 15 tisíc místností. Jasný pornografický obsah přitom byl prokázán u 12 235 z nich, což znamená, že nejméně 82 % chat místností bylo provozováno za účelem cybersexu, prostituce či vyměňování pornografických materiálů (jak se ukázalo, obstarání dětské pornografie bylo přitom

bohužel otázkou pár minut). Situace u zpráv poslaných prostřednictvím služby „Instant Messaging“ (IM) je pak podobná, a ačkoli se nedá exaktně změřit, zaměstnanci AOL byli sami přesvědčeni, že naprostá většina z 656 milionů zpráv poslaných denně prostřednictvím IM měla sexuální obsah [Perdue, 2001, s. 31–36]. Sám Ted Leonis, ředitel komunikační divize společnosti AOL, v roce 1997 v rozhovoru pro magazín *ZDNet* uvedl, že 99 % všech IM konverzací začíná „balící“ hláškou: „*Ahoj, muž nebo žena?*“

Společnost AOL totiž byla v otázce kontroly a omezování obsahu elektronické komunikace více než shovívavá. Zatímco ostatní webové komunitní portály používaly softwarové roboty, kteří kontrolovali a průběžně vyřazovali (blokovali) závadný obsah (především dětskou pornografii), firma AOL podobný software nikdy nepoužívala. Podmínky užívání služeb AOL sice podobné nelegální aktivity zakazovaly, na druhou stranu však AOL svým moderátorům neumožňovala kontrolovat uživateli založené místnosti. Poprvé byla AOL obviněna z poskytování distribuční sítě pro výměnu dětské pornografie už v roce 1991 v Kalifornii, avšak vytrvale odmítala poskytnout vyšetřovacím orgánům údaje o svých uživateli. V roce 1995 svědčil aktivista za ochranu dětí Barry Crimmins před komisí amerického Kongresu, že AOL je

„jako nákupní středisko pro pedofily. A ačkoli 6 měsíců poskytoval federálním orgánům i společnosti AOL důkazy o těchto nelegálních aktivitách v jejich chatovacích místnostech, jsou tito kriminálníci i po deseti týdnech stále online a dále tyto materiály distribuují“.

V roce 1999 pak soud ve státě Florida rozhodl, že společnost AOL nenese za nelegální chování svých členů žádnou zodpovědnost, ačkoli o těchto aktivitách byla informována a nezakročila proti nim. [Perdue, 2001, s. 31–36, Swisher, 1999, s. 216–236, Thompson, 2000, Florida Supreme Court, 1999]

Kdyby AOL pornografický chat (a IM) nějakým způsobem omezila či byla příliš nápomocná při vydávání svých uživatelů spravedlnosti, přišla by o 60–90 % svých předplatitelů [Harmon, 1997; Perdue, 2001, s. 35], a to by znamenalo obrovskou finanční ztrátu. V roce 1996 mělo AOL 8 miliónů uživatelů, kteří měsíčně platili předplatné za služby ve výši 21,95 dolarů. Chatování přitom zabíralo více než 25 % souhrnného online času všech uživatelů a bylo v té době jedinou výrazně ziskovou aktivitou firmy AOL. [Perdue, 2001, s. 30, Swisher, 1999, s. 222] Dle statistik firmy

AOL navštěvovalo v roce 2000 některou z 15 tisíc dostupných chatovacích místností více než 70 % z 25 miliónů uživatelů, kteří zde strávili chatováním 3,4 miliónu uživatelo-hodin denně (v této době bylo nejméně 82 % místností pornografických), což znamenalo přes 10 % souhrnného online času všech uživatelů [Perdue, 2001, s. 33]. Přestože vliv chatu na celkové příjmy firmy s časem poklesl, byly tyto sumy stále významné, neboť předplatné služeb bylo stále hlavním zdrojem příjmů společnosti *AOL* (4,4 z celkových 6,89 miliard dolarů ve fiskálním roce 2000). Je tedy zřejmé, že chat se svojí nízkou nákladností (obsah si tvoří sami uživatelé) tvořil ziskovou základnu společnosti *AOL*. Pornografie pak jako esenciální součást chatu přispěla nejen k přežití *AOL* na rozvíjejícím se trhu s internetovými službami, ale zároveň pomohla udělat z *AOL* v oblasti těchto služeb lídra.

2.4.1.3 MSN Communities

Od srpna roku 1995 existovaly různé uživatelské komunity v síti online služeb *Microsoft Network (MSN)*, které byly představeny spolu s uvedením operačního systému *Microsoft Windows 95*. Část z těchto komunitních stránek představovaly diskusní skupiny, zbytek tvořily chatovací místnosti postavené na protokolu *IRC (Internet Relay Chat)*. Od počátku byla problematická jejich aktualizace, neboť pouze zaměstnanci *MSN* měli na takovéto zásahy povolení. [MSN Groups, 2012]

Změna přišla v roce 1999, kdy *Microsoft Network* uvedl funkci „založ si vlastní skupinu“ v rámci transformace, jež znamenala zrušení původních *IRC* chatovacích místností vytvořených zaměstnanci *MSN* pro každé z všeobecně oblíbených témat a zavedení služby *MSN Messenger Service*. Každá z těchto nových uživatelů tvořených skupin mohla mít vlastní stránku s nástěnkou, chatem a galeriemi. [NET Messenger Service, 2012; MSN Groups, 2012]

Světové pozornosti se tyto uživatelské komunity dočkaly díky jedné z chyb v síti *MSN*, zvané „Magic Link“. Poprvé na tuto chybu upozornil 24. července 2001 britský novinkový server ze světa IT *The Register* (www.theregister.co.uk). Po zadání internetové adresy http://communities.msn.com/_secure do webového prohlížeče mohl kdokoli sledovat obrazová data (nejčastěji fotografie), která proudila sítí *MSN*, jak byla ukládána do galerií jednotlivých komunitních stránek nebo posílána prostřednictvím jejich chatů. Díky této chybě se ukázalo, že 90 % z obrazových dat kolujících sítí *MSN* tvořila pornografie, a to nejružnějšího kalibru (včetně nelegální).

Odkaz se šířil mezi internetovými uživateli zhruba od 10. července 2001 a dokonce vznikla i speciální stránka (<http://webpages.charter.net/robk>), která díky automatickému obnovování dat z cílové adresy udělala z celé chyby show v reálném čase. Microsoft tuto chybu poprvé odstranil zablokováním přístupu na internetovou adresu http://communities.msn.com/_secure hned 25. července, ale již 26. července bylo možné docílit stejného efektu s lehce pozměněnou adresou. [Poulsen, 2001; Solovieff, 2001; Middleton; 2001]

2.4.2 Streamované video

Streaming (od slova stream - proud) je způsob kontinuálního přenosu multimediálního obsahu mezi zdrojem a koncovým uživatelem. U streamovaného videa můžeme rozlišit dvě základní formy. Zatímco live streaming je určen pro přímé přenosy (někdy označován též jako pravý streaming), on-demand streaming se hodí při streamování na serveru uloženého video obsahu, který může být streamován kdykoli na požádání uživatele [Grant & Meadows, 2009, s. 114].

Prvním pokus o komerční využití streamovaného videa na požádání v prostředí internetu byl představen Alanem Sapersteinem v červnu 1993, pod názvem *Hotelview*. Tato databáze hotelů od této chvíle nabízela virtuální prohlídku hotelového zázemí ve formě krátkých dvouminutových šotů [Norman, 2012]. Další rozvoj této technologie však Saperstein představil až v roce 1998, když zjistil, že by mohl streamování videa nabízet webovým serverům (například zpravodajským) jako službu („software as a service“) [Saperstein, 2012]. Pravděpodobně tak reagoval na aktivity společnosti *Real Networks* z předcházejícího roku. [Korzeniowski, 1998, s. 108]

V roce 1994 pak holandské webové stránky *Red Light District* začaly vysílat první streamované živé přenosy. Předmětem těchto přenosů byly live sex show z proslulého amsterdamského „divadla“ *Casa Rossa*. Tento stream byl životaschopný již při přístupu přes 28,8 kb/s modem, byť občas docházelo k jistým zásekům obrazu. Nejzajímavější vlastností však byla absence nutnosti instalace jakýchkoli přídavných plug-inů, což se stalo běžnou praxí pornografických serverů nabízející streamovaná videa obou typů. Provozovatelé se totiž shodli, že lidé chtějí okamžitý přístup ke streamu. Jakékoli zdržování s instalací plug-inů může pro provozovatele znamenat finanční ztrátu. [Perdue, 2001, s. 128-130].

2.4.3 Video on demand

Tyto internetové „videopůjčovny“ jsou dalším vývojovým stupněm streamovaného obsahu, jejichž předpokladem už je vyšší kvalita internetového připojení, zejména kvůli přenosu většího objemu dat v závislosti na tom, jaký důraz je kladen na obrazovou kvalitu. .

Testovací provoz této služby byl zahájen v září roku 1994 na univerzitě v Cambridge. V rámci projektu *Interactive TV trial* byla zajištěna distribuce streamovaných pořadů z televizních vysílání do více než 100 domácností, škol a podniků. Projekt byl kvůli vleklým problémům se skladbou dostupných pořadů ukončen v roce 1996. [Harper, 1997, s. 581-592]

Komerční aplikaci tohoto konceptu nabídla až pornografická společnost *Gamelink*, zabývající se dříve prodejem videokazet. V roce 1997 byl poprvé půjčen prostřednictvím této online „videopůjčovny“ celovečerní pornografický film *Sin City: The Movie* (z roku 1993) [Ludersocke, 2010]. Do roku 2001 vzrostla nabídka této „videopůjčovny“ na 450 pornografických filmů. V současnosti jich nabízí přes 65 tisíc, když tuto nabídku rozšiřuje zhruba o 100 filmů denně. Na rozdíl od později vzniklých online „videopůjčoven“ tarifikuje již od počátku toto půjčovné na základě předem zakoupených minut (Pay Per View). Tím se snaží přizpůsobit požadavkům pornografického zákazníka, který si často pouští pouze oblíbené pasáže, a málokdy „zhltné“ pornografický film na jedno posezení. Zákazník se tak může k jednomu filmu vracet poměrně dlouhou dobu, nebo naopak utratit zbývající minuty za jiný film [Gamelink, 2012]. To u klasických online „videopůjčoven“ nelze, neboť zde zaplatíte půjčovné za celý film, a máte zpravidla 24 či 48 hodin na jeho zhlédnutí.

2.4.4 Video chat

V roce 1992 napsal Tim Dorcey z Cornell University první program pro souvislý přenos obrazu v reálném čase mezi dvěma, prostřednictvím Internetu vzájemně propojenými, počítači *Macintosh*, který pojmenoval *CU-SeeMe* [Crotty, 1996, s. 153]. V roce 1994 byl tento program upraven pro platformu *Windows* a byl přidán i přenos zvuku. S příchodem prvních webkamer *Logitech QuickCam*, byl roku 1995 tento program uvolněn ke komerčnímu využití. Program propagovaný a ideově určený pro vědecké a obchodní videokonference si však záhy našel uplatnění zcela

jiného rázu. Ještě téhož roku začala toto řešení využívat řada pornografických stránek, byť v podstatě pouze jednosměrně, co se přenosu obrazu týče. Jednou z prvních stránek byl web *Virtual Dreams*. Uživatel mohl komunikovat s dívkami prostřednictvím klávesnice či telefonu, čímž jim předával také informace o svých touhách, které má dívka před kamerou realizovat. Do roku 2002 byl video chat standardní součástí všech hlavních pornografických společností obchodujících na webu [Hughes, 2004, s. 118].

Obousměrné využití této technologie záhy integroval *Microsoft* v rámci služby *NetMeeting* (1996), integrované do prohlížeče *Internet Explorer 3*. Sexuálně zvědavý uživatelé, exhibicionisti a prostitutky však brzy přeplnily tuto službu a opakovaně přetížili servery *Microsoftu*, takže ten tuto službu v zápětí odpojil (V roce 1999 ji nahradil službami *MSN Messengerem* a *Microsoft Office Live Meeting*.) [Perdue, 2001, s. 136]. Obdobné problémy potkaly i řadu dalších komerčních služeb, a proto byl 14. února 1998 pornografickou společností *WebPower* zprovozněn komunitní web *iFriends*, postavený právě na koncepci video chatovací seznamky. Převážně se však jednalo o virtuální sex, jak vyplývá se statistik. V roce 2001 měla tato stránka 2,6 miliónu uživatelů a 95,8 % videochatů bylo sexuálně orientovaných. Tento trend znamenal i transformaci webu, když začal využívat řadu praktik běžných pornografických stránek (placené chatující „modelky“, partnerské programy). V současnosti má *iFriends* přes 11,8 miliónů registrovaných uživatelů, kteří mohou sdílet své sexuální fantazie přes webkamery mezi sebou, nebo mohou využít služeb jedné ze 440 tisíc registrovaných modelek a modelů [iFriends, 2012].

Jak podotkl jeden z raných uživatelů k tomuto tématu: „V roce 1995 jsem mohl najít komunity lidí, kteří byli ochotni svléknout se před webkamerou, pokud tak učiním také. Ale zhruba do roku 2007 nepoužíval webkameru jediný můj přítel, se kterým bych mohl mít nesexuální konverzaci.“ [Barrs, 2011]

2.5 Odvrácená strana mince

Pornografie byla u vzniku či rozšíření řady mechanismů, které měly čistě pozitivní přínos, či posouvaly limity technologií Internetu. Pro některé lidi je ale problémem dát pornografickému průmyslu kredit i za tyto kladné přínosy pro společnost. V této perspektivě se hledání světlých aspektů internetových „špinavostí“ a nelegálních praktik, které se internetovou praxí staly často právě na pozadí

pornografie, může jevit jako bezcenné. Přesto i zde lze najít řadu pozitiv. Vždyť právě boj s těmito praktikami stimuloval rozvoj internetových obranných mechanismů, upozornil na rizika využívání Internetu jako technologie a přispěl k současnému stavu věci.

2.5.1 Malware

S nějakým druhem malwaru se setkal zřejmě každý uživatel Internetu. Malware, což pojem pocházející ze zkrácení anglických slov malicious software, tedy škodlivý program, stojí totiž v pozadí drtivé většiny internetových útoků. Do této kategorie softwaru patří nejenom viry, ale i trojské koně, červy, spyware, adware či řada rootkitů.

První generaci tohoto typu software tvořily především viry. Ty však nepředstavovaly pro uživatele počítačů prakticky žádné riziko, neboť se jednalo o jakási programátorská cvičení, kdy si programátoři testovali své schopnosti, a zkoušeli, kam až dokážou jimi vytvořený program rozšířit. Skutečnou hrozbou začal být malware až od druhé generace, která se začala objevovat na konci 80. let, kdy první trojské koně začaly mazat uživatelská data z jejich disků. Rozšiřování Internetu přitom stimulovalo rozvoj těchto škodlivých programů, neboť oproti přenosu na disketách (či jiných médiích), dokázalo online prostředí exponenciálně zvýšit rychlost jejich šíření. [Sakař, 2012, s. 12-14]

Zatímco většina programátorů měla tendence ničit, cílem internetových pornografů bylo sbírání osobních informací (spyware), především pak e-mailových adres, které posléze mohli využívat ke svému direct-mail marketingu (či chcete-li spamování). S rozvojem internetových plateb pomocí kreditních karet se takto vyhledávanou kýženou informací staly právě záznamy o kartách. Právě pornografičtí provozovatelé byli nejen „zloději“ (v případě nečestných pornografických serverů), ale často i oběťmi těchto útoků (neboť byli první, kteří umožňovali online platbu kartou, a uchovávali tak informace o kreditních kartách). [Wondracek, 2010, s. 8]

Druhým specifickým typem malwaru, jehož vznik má spojitost s pornografií, je dialer. Již v období BBS nástěnek (konec 80. let), či francouzského proprietárního systému *Minitel* (od února 1984), se ke zpoplatnění přístupu k pornografickým stránkám využívaly specifické dražší taxy vytáčeného připojení, neboť kromě

poplatku telefonnímu provozovateli za připojení samotné šla část peněz pornografickému provozovateli stránek jako poplatek za nabízený obsah. Toto platební schéma, označované někdy jako „pay per view“ (platba za zobrazení) či „pay per minute“ (platba za minutu), se využívalo i u některých webových pornografických stránek konce 90. let 20. století a dalo vzniknout několika podvodům, z nichž mezi nejznámější patří právě malware typu dialer (dalšími byly falešné webové stránky; a hercem, později pak robotem, řízená konverzace na erotickém chatu v systému *Minitel*) [Sorkin et al., 2012]. Po infikování počítače tímto malwarem, docházelo automaticky k vytáčení dražších prémiových a často mezinárodních linek, přes které byl internetový provoz směřován. Částka za zákazníkův telefonní účet tak strmě narůstala, ačkoli ve skutečnosti žádné z těchto prémiově placených stránek nenavštívil. V časech telefonního připojení k internetu šlo o černou mýru „všech“ informovaných uživatelů. I když s přechodem na jiné typy připojení tento druh malware téměř zanikl, jistou obrodu zaznamenal odvozený malware v mobilních zařízeních v automatickém odesílání prémiových SMS zpráv [Dunn, 2012].

Specifickým způsobem využití malware k získání financí jsou pak „Pay Per Install“ partnerské programy, které platí partnerské stránce určitou částku peněz za každou instalaci určitého programu. Není žádným tajemstvím, že tyto partnerské programy jsou využívány distributory malwaru, a že právě pornografické stránky bývají účastníky těchto programů, neboť pro ně není problém „generovat“ a směřovat návštěvnost (viz část 2.2.4). Tým Gilberta Wondraceka z univerzity ve Vídni odhalil malware u 3,23 % pornografických stránek, přičemž některou z nejznámějších slabin, jež jsou malwarem napadány, odhalil u 41,8 % uživatelů, kteří přišli na pornografickou stránku prostřednictvím koupeného provozu. Přitom celá čtvrtina z těchto nedokonale chráněných uživatelů měla dokonce více než jednu takovou slabinu. Známou nákazou malwarem, přitom již trpělo 1,83 % uživatelů přišedších díky zakoupenému provozu. [Wondracek, 2010, s. 8, 11]

2.5.2 Internetové pirátství

Za období zrodu internetového pirátství je mnohými považován červen 1999, kdy byl vytvořen první „peer to peer“ (doslova rovný s rovným, označován též jako P2P) program na sdílení dat *Napster*, který umožňoval uživatelům kopírovat

a distribuovat hudbu ve formátu *MP3* mezi sebou. Hudebním průmyslem byli provozovatelé této služby obviněni z masivního porušování autorských práv a na následný soudní příkaz byl její provoz zastaven. Podobné aktivity byly do budoucna označeny za nelegální. [Knopper, 2009]

Internetové pirátství ale existovalo již dříve od chvíle, kdy se na internetu poprvé objevil placený obsah. Jak už víme, prvními provozovateli placených sekcí na internetu byli ti pornografičtí. Internetové pirátství se tak zrodilo ve chvíli, kdy si první z konzumentů těchto pornografických stránek uvědomil, že má za relativně malé množství peněz přístup ke komoditě, kterou může s velkým ziskem prodat zástupům čekajících uživatelů. K tomu poprvé docházelo na konci 80. let 20. století [Schwartz, 2004]. Krátce po vzniku prvních webových pornografických stránek tak vznikaly první „agregátory“, jež kumulovaly pornografický obsah ze všech dostupných umístění, a nabízely tento obsah dále k prodeji (Tyto „agregátory“ se historickým vývojem transformovaly v tzv. „link collections“ či „thumbnail gallery posts“, což jsou stránky poskytující zdarma odkazy nebo samotné náhledy fotografií z placených stránek. Placeným stránkám tímto dělají reklamu, přivádí jim nové zákazníky a jsou členy jejich partnerských programů.). Vystopovat neoprávněné zacházení s vašimi materiály však byl dlouho problém, neboť jedinou možností kontroly bylo poměrně ekonomicky i časově náročné systematické procházení konkurenčních stránek člověkem.

Jelikož pornografie byla jediným obsahem na internetu, který tvořil dostatečné zisky pro to, aby se vyplatilo jeho tvůrcům ho chránit, bylo potřeba nalézt odpovídající efektivní řešení. V roce 1999 tak Mark Ishikawa vytvořil program *BayTSP*, který se ihned stal téměř standardním nástrojem pro zjišťování porušování autorských práv mezi pornografickými stránkami [Perdue, 2001, s. 118]. Program *BayTSP* za pomoci algoritmů vytváří jedinečný matematický profil souboru, jakousi „elektronickou DNA“. Společnost pak ukládá tento profil digitálního souboru v databázi spolu s informacemi o jeho licencích a autorských právech, čímž zároveň vytváří seznam lokalit, které jsou oprávněny tento soubor používat. *BayTSP* pak použije automatického robota pro vyhledávání tohoto digitálního otisku souboru na Internetu (údajně prochází nejen webové stránky, ale i P2P síť a další). V případě narušení autorských práv uloží *BayTSP* potřebné informace pro zahájení nápravy,

informuje majitele autorských práv, a v případě webových stránek často také informuje jejich provozovatele či poskytovatele připojení, že u nich dochází k porušování autorských práv. Během prvních osmi měsíců fungování odhalil *BayTSP* 93 tisíc případů porušení autorských práv pornografických stránek. Během dalších dvou let jich bylo již více než jeden milión. [Harrison, 2002]

Zajímavý byl také přístup pornografických firem k pirátům sdílejících jejich materiály například prostřednictvím P2P sítí. Na rozdíl od velkých hudebních vydavatelství a filmových studií nabízela většina pornografických společností jako první možnost jakousi formu amnestie, kdy byla pirátovi nabídnuta možnost předplatného namísto žaloby ze strany provozovatelů. Hlavním cílem pornografických obchodníků totiž stále zůstávali nečestní vlastníci pornografických stránek, kteří dále zpeněžovali ukradené materiály a někteří dokonce v žalobách za spoluviníky označili i firmy zpracovávající samotné platby. *BayTSP* je přitom dokonalým příkladem toho, jak se programu, potažmo firmě, vzkvétající z peněz pornografických provozovatelů podařilo dobýt mainstreamový svět. Byli to právě lidé jako Suze Randall, největší pornografická fotografa posledních 40 let, a jeden z prvních klientů *BayTSP*, kteří se pro ochranu svých děl nebáli investovat deseti tisíce dolarů měsíčně, když byl *BayTSP* ještě v plenkách a nedosahoval zdaleka takových výsledků. [Schwartz, 2004]

Když pak byl v roce 2001 vydán soudní příkaz na filtrování nelegálního obsahu v rámci *Napsteru*, byl to právě Mark Ishikawa, který *BayTSP* nabízel provozovatelům *Napsteru* k tomuto účelu [Perdue, 2001, s. 117]. Ti však věřili, že tento soudní příkaz zvrátí, a tak nakonec žádný nástroj pro filtrování obsahu nepoužili, čímž definitivně odsoudili *Napster* k zániku. *BayTSP* si však nakonec svojí cestu od pornografie k širšímu publiku probojoval. V roce 2002 začaly služeb programu *BayTSP* využívat například *Adobe*, či některá holywoodská filmová studia a Mark Ishikawa pilně pracuje na budování renomé nepornografické firmy až téměř distancujícími se prohlášeními (např.: “*Nechceme být známi v porno prostředí.*”) [Schwart, 2004]. V roce 2007 již program *BayTSP* odhaloval přes jeden milión případů porušení autorských práv měsíčně, a mezi jeho největší zákazníky patřily organizace *RIAA* (americký kolektivní správce autorských práv audio nahrávek) a *MPAA* (americký kolektivní správce autorských práv filmů) [Hart, 2007]. Úspěch *BayTSP* vedl k tomu, že byl 24. října 2011 odkoupen firmou *Irdeto*, zajišťující v té době například

softwarovou bezpečnost pro *Sony*, či čipové dekódovací karty k satelitním přijímačům, a je tak nyní součástí jejich bezpečnostního řešení označovaného jako *Irdeto Intelligence* [Irdeto, 2011].

Neméně vynalézavý je přístup některých pornografických provozovatelů webových stránek v případě, kdy dojde k odcizení či neoprávněnému užívání přístupových loginů a hesel. Při zjištění takovéto skutečnosti zde totiž nedojde k automatickému zablokování těchto účtů jako u konkurence, nýbrž k přesměrování návštěvníků, o nichž se stránka domnívá, že získali přístup neoprávněně, na vizuálně podobné stránky přeplněné reklamou. Mnoho z těchto návštěvníků pak vydrží procházet dlouhé cykly přesměřovaných reklam a nových oken, než zjistí, že žádný plnohodnotný obsah nezískají. Provozovatelé zatím na těchto nepoctivých návštěvnících vydělávají díky reklamám a přesměrování provozu. Za neoprávněné jsou v těchto případech považovány přístupy přes prokazatelně zneužívané účty (přístupové údaje k nim byly objeveny provozovatelem na internetu), simultánní přístupy „jednoho uživatele“ z více IP adres, či nesimultánní přístupy „jednoho uživatele“ z přehnaného množství IP adres (stovky, tisíce). K tomuto účelu si většina provozovatelů vede rozsáhlé uživatelské databáze. U některých pornografických společností došla tato praxe tak daleko, že sami provozovatelé nabízejí přes nejružnější internetové kanály (P2P síť, warezová fóra, apod.) zdiskreditované přihlašovací údaje k dispozici, aby nalákali návštěvníky generující zisky z reklam a provozu. [Perdue, 2001, s. 123]

2.5.3 Krádež domény

Nejpozoruhodnější případ krádeže domén, jenž dosáhl opravdu široké pozornosti, je spor o doménu *sex.com*. Nelze přesvědčivě tvrdit, že by se jednalo o první krádež domény vůbec, s jistotou však jde o první zdokumentovaný případ, u nějž vznikla finanční škoda, a který se nakonec ocitl u soudu. Výsledek této léta trvající soudní pře nakonec formoval i americké zákony týkající se internetu a vlastnických práv, neboť do té doby nebyly domény považovány za vlastnictví [McCarthy, 2007, s. 6]. Podnikatel Gary Kremen si registroval doménu *sex.com* 4. května 1994 u společnosti *Network Solutions*, avšak nikdy jí nenaplnil obsahem. V říjnu 1995 převádí *Network Solutions* doménu na jméno Stephen Cohen. Cohen se

snaží získat kontrolu nad doménou již nějakou dobu pomocí telefonních hovorů, e-mailů a padělaných dopisů, v nichž vystupuje jako bývalý zaměstnavatel Garyho Kremena, který pro ně doménu *sex.com* zřídil a spravoval. Ke změně vlastnických práv pak jistému zaměstnanci *Network Solutions* nakonec stačí falešný dopis o přenechání domény Cohenovy, který do společnosti Stephen Cohen zasílá faxem jako potvrzení nabytí vlastnictví [McCarthy, 2007, s. 12].

Nejzajímavějším faktem celého případu je okamžik, kdy se automatický systém *Network Solutions* snaží Kremena informovat o provedené změně e-mailem, a žádá ještě e-mailové potvrzení převodu domény. Gary Kremen tento e-mail nikdy nedostal, protože shodou okolností byl jeho emailový účet na serveru *Netcom*, na nějž měl doménu *sex.com* registrovanou, ukraden Kevinem Mitnickem. Tento hacker jej využíval k maskování své online identity během jeho ilegálních aktivit na síti i pár minut před zatčením *FBI* v únoru 1995. Od té doby byla tato adresa blokována, o čemž její právoplatný majitel nevěděl. Gary Kremen se tak nešťastnou náhodou stal obětí dvou raných internetových zločinů najednou. [McCarthy, 2007, s. 36]

Ve chvíli, kdy Kremen zjistil, že mu byla doména ukradena, vydělává na ní Cohen zhruba 10 tisíc dolarů denně. Poté, co získal kontrolu nad doménou *sex.com*, z ní Cohen udělal rozcestník s reklamami na pornografické stránky, za něž během trvání neoprávněného vlastnictví domény úhrnem inkasoval až 100 miliónů dolarů. V roce 2001 byla doména po pětiletém soudním sporu navráćena původnímu vlastníkovi Gary Kremenovi a Cohen dostal příkaz zaplatit navíc 65 miliónů dolarů jako ušlý zisk. [McCarthy, 2007, s. 2-3]. Cohen to odmítl a i s penězi zmizel do Mexika, kde byl dopaden v říjnu 2005. Po propuštění z vazby se stále kvůli doméně soudí, zejména kvůli výši finanční kompenzace a podává nejrůznější stížnosti, které většinou obratem soudy zamítnou. Zatím poslední slyšení k případu bylo 19. července 2012, avšak konečný verdikt je v nedohlednu [United States District Court, 2012]. Gary Kremen mezitím doménu prodal a v roce 2006 za ní získal od společnosti *Escom LLC* 14 miliónů dolarů, což je považováno zadruhou. nejvyšší známou sumu, která byla kdy za doménu vyplacena [Scott, 2011].

2.5.4 Spam

Nejstarším zaznamenaným případem elektronického spamu (nevyžádaného elektronického sdělení převážně komerčního charakteru) byla e-mailová reklamní zpráva týkající se dostupnosti nového modelu počítače od firmy *Digital Equipment Corporation*. Byla zaslána Garym Thuerkem 1. května 1978 na 393 adres tehdejší sítě *ARPANET*, vojensko-výzkumnému předchůdci Internetu. [Seabrook, 2008]

První rozsáhlejší komerční spamový incident pak začal 12. dubna 1994, kdy manželský pár právníků, Laurence Canter a Martha Siegel, zahltil reklamou na imigrační poradenství až 6 000 diskusních skupin na *Usenetu* (systém elektronických diskusních skupin na Internetu). [Canter & Siegel, 1995, s. 14]

Jak lze snadno odvodit, pornografický průmysl spam nevynalezl, avšak stál za širokým rozšířením této praktiky, když názorně předvedl, jak zisková může být. Spamování začalo být jednou z běžných praktik pornografických stránek mezi roky 1996 a 1997, a tak téměř všechny nevyžádané zprávy před rokem 2000 byly reklamami na pornografické stránky. Jeden ze zdokumentovaných případů přitom zaznamenal úspěšnost pouhých 0,00015 %, když si pornografické předplatné pořídilo 120 z 800 000 oslovených předplatitelů jiného pornografického webu, jehož databáze předplatitelů byla předtím ukradena. Přesto čistý zisk spammera z této akce činil mezi 1000 a 1500 dolarů, přičemž hacker za tento seznam adres dostal 500 dolarů. Běžné výdělky spammerů během boomu pornografického spamu začínaly na 3000 dolarech za 1 milión oslovených adres, když průměrná cena za takto rozsáhlý seznam adres byla okolo 1000 dolarů. Schopný spammer dokázal na provizích za předplatné pornografických stránek vydělat i 1,5 miliónů dolarů ročně, když dostával zhruba 20 až 30% podíl z každého předplatného, které bylo pořízeno v návaznosti na jím poslanou spamovou zprávu. [Spammer-X, 2004, s. 7, 8, 15, 16]

Masivní rozvoj nepornografického spamu lze sledovat především po roce 2000. Přestože v letech 2001 až 2002 vzrostl objem pornografického spamu podle statistik společnosti *CyberATLAS* o 450 %, tvořily takto zaměřené nabídky pouze 8 % ze všech spamových zpráv [Collier, 2002]. V dubnu 2003 tvořila pornografická reklama jednu pětinu spamových zpráv, když se nejběžnějšími spamy staly tzv. Nigerijské podvody následovány nabídkami finančních služeb a léků [Sturgeon,

2003]. V roce 2011 klesl podle společnosti Kaspersky Lab počet pornografického spamu na pouhých 2,9 % [Kaspersky Lab, 2012].

2.6 Shrnutí

Z informací uvedených v této kapitole vyplývá, že vliv pornografie a s ní souvisejících obchodních zájmů byl důležitý pro rozvoj Internetu jako komunikačního nástroje veřejnosti poté, co byl jako technologie oproštěn kritérií povolující pouze armádní a vědecké využití. Důležitým faktorem přitom nebyla jen řada technologických inovací, které pornografičtí provozovatelé na Internetu vymysleli, či adaptovali v rané fázi jejich vývoje, ale především snahy v oblasti monetizace webového obsahu a souvisejícího zpracování internetových plateb za toto zboží. Tyto monetizační principy změnily nejen podobu samotného pornografického podnikání (nejvýraznější rozdíly v principech podnikání v online a offline pornografickém průmyslu viz Příloha 3), ale poptávka po pornografických materiálech, které bylo najednou díky Internetu možné obstarat s dříve nevídanou mírou anonymity, a související enormní míra přenášených dat stimulovala rozvoj kvalitnějších a rychlejších typů internetového připojení. Pornografie byla totiž na Internetu prvním typem obsahu, který se vymykal velikostí a popularitou jednotlivých datových souborů.

3 Technologie budoucnosti

Technologický rozvoj posledních desítek let umožnil prudký nárůst možností jak šířit informace, a to jak směrem k masám, tak k jednotlivci. Pornografický průmysl, hledající neustále nové přístupy distribuce svých produktů k zákazníkovi, řadu z nich rozvinul od prvotní myšlenky, případně našel jejich prosperující aplikaci. Můžeme si přitom klást otázku, proč zrovna pornografie stála u zrodu či rozvoje toho, co má dnes tak široké využití k nejrůznějším (a převážně nepornografickým) účelům? A odpověď je v celku nasnadě. Lidé pracující v pornoprůmyslu totiž nemají příliš co ztratit, zejména pak co se týče jejich společenské pověsti.

Diskurz o jejich sociálním statusu je stejně převážně negativní (byť již ne tak vyhroceně jako v minulosti), protože prodávají sex. Nemusí se tak příliš obávat dalších nepříznivých konotací, které by v případě svého neúspěchu museli snést. Když to nevyjde, tak se prostě jede (točí) dál. Často i pod hlavičkou jiné společnosti, protože pokud jeden producent zkrachuje, na uvolněné místo nastoupí někdo jiný, kdo se s vidinou stále lukrativního zisku nebojí riskovat. Je tak vcelku jasné, že pornografické společnosti vyzkoušely a stále zkouší i mnoho řešení, technologií a nástrojů, které se vůbec neujmou, či prožijí jen takříkajíc „jepičí život“.

Vlastnictví určitého kapitálu v kombinaci s ochotou riskovat je zde pak klíčem k nastolování technologických a pokrokových trendů. Pornografové jednoduše produkují sex, který potřebují prodávat. Potřebují ho přitom prodávat efektivně, a nemají čas, chuť a víceméně ani nutnost se zabývat zbytečnými otázkami, které si zástupci jiných odvětví denně kladou a musejí řešit (a to včetně legálního a legitimního rámce). Hledají především efektivitu a mohou si dovolit experimenty, které by ve společnostech fungujících podle jiných pravidel a zásad jen stěží prošly. Nezmenšující se poptávka po pornografických produktech jim navíc často umožňuje i postoje z pozice síly, kdy bez adaptace na jimi využívanou technologii není možné obsah konzumovat (viz nejrůznější již zmiňované pluginy pro přehrávání videí a streamů).

V současné době je tak pornografie přítomná prakticky všude, napříč všemi nosiči, médii či komunikačními platformami. Jaká je a bude budoucnost vztahu mezi novými technologiemi a pornografií?

Základní tendence možného směru vývoje technologického pozadí pornografie do budoucna předjímá například Vladimír Poštulka. Ten přichází v závěru své knihy *Dějiny pornografie v datech* nejprve s poměrně vágním zobecněním, že směr vývoje „... lze usuzovat z neustálého vytváření a vylepšování nových technologií.“ [Poštulka, 2007, s. 319]. Konkrétněji pak zmiňuje zdokonalení holografie, 3D projekce/animace a virtuální reality, když mluví o nahrazení živých herců 3D animovanými (renderovanými), kteří budou dokonalejší lidského předobrazu, či popisem virtuálních prožitků: „*Je docela pravděpodobné, že za pár let si opravdu (jak to zobrazují některé sci-fi pornofilmy) člověk nasadí helmu a prožije pornografický příběh nejen z pohledu diváka, nýbrž přímo v roli samotného aktéra, hlavního hrdiny! Vjemy už budou nejen vizuální a akustické, nýbrž také hmatové! Podle některých futurologů je možné, že orgasmus bude vyvolán bez jakékoliv fyzické stimulace, pouze elektronickým pokynem, poslaným do mozku!*“ [Poštulka, 2007, s. 319].

Vše z toho může být dřív nebo později reálné, a možná jsou pornografové v mnohých ohledech dál, než bychom si kdy dokázali představit. Z pozice experimentátorů v oblasti technologií a jejich využití, přicházejí do styku s koncepty, které zatím nemají široké veřejné uplatnění, a přesto mohou být masovým trendem budoucnosti. Zaměřme se přitom na jednu historickou paralelu. Vždyť kdo by si v druhé polovině 90. let 20. století pomyslel, že vytváření komunit uživatelů sdílejících svojí oblíbenou pornografii či vlastní tvorbu, komunikující nejen mezi sebou, ale i s pornografickými firmami, producenty či herci [Bilton, 2011, s. 41] předběhne soudobou éru sociálních sítí? Se sociálním aspektem Internetu má pornografie mnohaleté zkušenosti a v budování komunit patří i v současnosti mezi špičku. Uživateli generovaný obsah je hitem doby na Internetu (a to nejen pornografickém), který pravidelně odčerpává zisky velkým pornografickým studiím. Zjišťování zpětné vazby a související reakce v ranných internetových pornografických komunitách se stejně tak přerodilo v běžnou praxi firem, které svůj obraz na sociálních sítích berou vážně. Navíc ani další rozvoj a adaptace na rychle se měnící prostředí sociálních sítí nedělá pornografům problémy. S trochou nadsázky se v podstatě kterákoli ze současných komerčně úspěšných sociálních sítí dá jednoduše okopírovat s přidáním jisté dávky nahoty a úspěšně provozovat jako pornografická služba (za všechny zmiňme pornografický klon *Pinterestu*, dostupný na doméně *sex.com*).

V dnešní době je na vzestupu také oblast mobilních aplikací, protože uživatelů, kteří přicházejí z mobilních telefonů a tabletů, je čím dál více. Mít mobilní či ještě lépe responzivní pornografický web je v zásadě nutností, neboť málokdo si chce do smartphonu pornografii nahrávat či stahovat a prohlížet si ji pak offline. To by totiž podkopalo samou podstatu impulzivnosti obstarávání pornografie, s níž související technologické překážky tak úspěšně pornografický průmysl odstranil v počátcích internetových plateb.

I tento trend tak přispívá k tomu, že nyní lidé v pornografickém průmyslu vkládají své naděje spíše do tabletů a chytrých mobilních telefonů než 3D televizí, o nichž se jako o prvních tvrdilo, že do budoucna nahradí masové sledování pornografie na osobních počítačích [Hachman, 2012].

3.1 3D televize

Metody stereoskopického skládání zobrazení k vytvoření dojmu prostorového trojdimenzionálního (3D) obrazu jsou lidstvu známy od roku 1838, kdy Sir Charles Wheatstone poprvé demonstroval svůj stereoskop (zařízení na prohlížení 3D obrázků a fotografií). První 3D film byl veřejně promítán v roce 1922, a poté, co byla v roce 1928 sestrojena první 3D televize, zde bylo několik pokusů o vytvoření a rozšíření 3D televizí i do domácností (především v období po roce 1952, kdy se prolínalo hromadné pronikání televizí do amerických domácností a první "boom" 3D filmů v kinech). Všechny však skončily neúspěšně. Zatím poslední vlna obrody této vize přišla po roce 2005 spolu s narůstající popularitou 3D filmů v kinech. Prvotní pokusy o výrobu a distribuci 3D televizí byly zaměřeny zkušebně pouze na Japonsko (2007), avšak po mediální slávě 3D filmu Avatar (2009) a jeho celosvětovém úspěchu v kinech přišel na řadu i globální trh s televizory [Sasaki, 2011].

Odhady tržních analytiků byly pozitivní, když 3D televizím předpovídaly do konce roku 2011 dosažení 10% hranice penetrace v domácnostech v USA a Japonsku a překonání 6 % v Evropě [Cherian, 2009]. V lednu 2010 byl největší veletrh spotřební elektroniky CES (*Consumer Electronics Show*), konající se každoročně v Las Vegas, doslova zavalen jednotlivými prezentacemi technologií 3D televizí, prakticky od všech velkých výrobců spotřební elektroniky. Zatímco se návštěvníci CESu teprve seznamovali s termíny uvedení jednotlivých modelů na trh (červen 2010), jen několik set metrů od nich, na souběžně probíhajícím veletrhu pornografického

průmyslu *AVN Adult Entertainment Expo*, prodávala společnost *Bad Girls in 3D* již sadu obsahující 3D televizi, dvojce brýle a malý počítač, který zajišťoval streamování 3D porno filmů z webu [Moses, 2010]. Japonští pornografové pak přichystali vydání prvních 3D japonských pornofilmů na optických discích (*DVD 3D* a *Blu-ray 3D*), které zároveň byly prvními 3D japonskými filmovými disky vůbec, na stejnou dobu jako bylo uvedení prvních 3D televizí Sony na japonský trh. Předpokládalo se přitom, že by právě pornografie, která v Japonsku tvoří přes 30% všech prodaných filmových nosičů, mohla konečně stimulovat rozšiřování 3D televizí na tomto trhu [Yasu & Shiraki, 2010]. V USA se podobné názory o budoucí vůdčí roli 3D pornografie objevily ihned po skončení veletrhu pornografického průmyslu, když bylo připomínáno, že první 3D porno snímek v kinech *The Stewardesses* (1969), vydělal v tehdejší době přes 29 miliónů dolarů (dnes by to odpovídalo výdělku zhruba 180 miliónů dolarů, tedy podobně kolik vydělal v USA například 3D film *Tron: Legacy*) [Starbury, 2010, Moses, 2010]. V Evropě upoutalo pozornost spuštění prvního zcela 3D "video-on-demand" kanálu, o který se zasloužila v listopadu 2010 francouzská pornografická produkční společnost *Marc Dorcel*, v rámci IPTV (televize přes internetový protokol) společnosti *Free* [Lovecraft, 2010]. Hned od začátku měla v kolekci více než 60 3D filmů, jejichž nabídka je rozšiřována zhruba jedním novým titulem týdně. V březnu 2011 pak zahájil provoz pornografický kanál *Penthouse 3D*, který se stal prvním evropským televizním kanálem s nepřetržitým programem ve 3D, a to dokonce s celoevropskou dostupností (celkově se tímto stal 6. evropským kanálem, který spustil nějakou formu 3D vysílání). Hned v květnu přidal *Penthouse* svůj druhý 3D kanál, tentokrát zaměřený na pornografii lehčího rázu (softcore). Do programové skladby je přitom přidáváno přes 30 hodin nového materiálu měsíčně. [Paul, 2011; Clover, 2011]

Trh s 3D televizemi však zdaleka nenaplnuje očekávání výrobců ani analytiků, když do konce roku 2011 bylo celosvětově prodáno pouhých 13 miliónů 3D televizí (předpoklady přitom hovořili o prodeji 15 miliónů 3D televizí jenom v USA). Situace je však ve skutečnosti mnohem horší, neboť možnosti 3D zobrazení na svých televizích využívá jen 2 milióny vlastníků těchto televizí [Murray, 2012].

Jednou z příčin tohoto stavu by mohl být nedostatek kvalitního 3D obsahu [Bonnigton, 2012]. Jenže tento argument lze použít i naopak. Právě na nedostatek nepornografického 3D obsahu se odvolávali lidé z pornografického

průmyslu i technologičtí analytici, kteří tvrdili, že právě kvůli dostatečně velké a kvalitní produkci 3D pornofilmů (která se neustále rozšiřuje obrovskou rychlostí), bude pornografie rozhodujícím faktorem pro rozšiřování 3D televizí do domácností [Yasu & Shiraki, 2010; Starbury, 2010; Moses, 2010]. Ve skutečnosti je tu totiž faktor, který neovlivní ani „bezdná“ studna kvalitního 3D obsahu. Podle několika na sobě nezávislých studií jsou důvodem pomalého rozšiřování 3D televizí brýle nutné pro sledování 3D obrazu [Carter, 2011; Gruenwedel, 2011; Soneira, 2011]. Stížnosti uživatelů na jejich cenu, váhu, tvar či nedokonalý obraz tak plní nejméně z uživatelských fór (např. Ars Technica, Red Flag Deals, Yahoo! Answers). V říjnu 2011 byly na japonském veletrhu techniky *CEATEC* představeny první modely 3D televizí využívající technologií, které ke sledování nepotřebují brýle. To by mohlo konečně znamenat průlom technologie, kterou se do domácností snaží výrobci spotřební elektroniky v určitých cyklech prosadit již od roku 1952. Vysoká cena takovýchto „bezbrýlových“ 3D televizí (přesahující v přepočtu 225 tisíc korun českých) a velmi malý prostor, odkud lze televizní obraz sledovat bez deformací, však zřejmě bude v nejbližších pár letech bránit jejich masivnímu rozšíření [Greenwald, 2012]. Jihokorejská vláda například ve své politice rozvoje 3D průmyslu a integrace jejich výrobků ve společnosti (celkem složena ze tří částí: *3D Industry Development Strategy*, *3D Industry Integration Technology Roadmap* a *3D Contents Industry Nurture Plan*) odhaduje skutečné rozšíření "bezbrýlových" 3D televizí, a tím i vytvoření věku 3D obrazu, až po roce 2015 [TWA Network, 2011]. Samotní pornografové již zaznamenali skepsi zákazníků ke 3D televizím, a čekají, jak se situace vyvine po rozšíření jejich „bezbrýlových“ verzí. Přesto stále 19 % z dotázaných lidí v pornografickém průmyslu věří, že 3D pornografický obsah bude pro firmy znamenat velký zisk, a dalších 52 % vidí tuto problematiku víceméně pozitivně. [Hachman, 2012]

Bude-li však současná filmová produkce (především hollywoodská) pokračovat v nastoleném trendu vytváření či konvertování téměř všech nových filmů do 3D, vznikne do této doby poměrně rozsáhlá zásoba 3D materiálu. Spolu s narůstajícím počtem živých sportovních přenosů a konzolových videoher ve 3D to může znamenat, že pornografie nebude mít na rozšíření 3D televizí do domácností prakticky žádný signifikantní vliv.

3.2 Tabuizace motorem pokroku

Pakliže přijmeme za vlastní tezi, že pornografie a celý související průmysl dokáže stimulovat rozvoj určitých technologií, nebose stát jejich hybnou silou, narazíme nutně na další související otázky: Proč právě pornografie podněcovala a podněcuje vývoj nových technologií? Jaká specifická vlastnost staví pornografii do této pozice?

Z mého pohledu se zde mísí nejméně tři úrovně, které stimulovaly či stimulují status věci. Za prvé se jedná o historicky zakořeněnou tabuizaci erotiky a pornografie v západní společnosti, kdy se postavení a funkce erotiky či pornografie (pro mnohé lidi jedna z nejdůležitějších témat života) dostalo pod mocenský diktát a regulaci především katolické církve, která ji považovala za věc nehodnou a nečistou. Tento postoj se přirozeně promítal nejen do každodenních životů lidí, kdy se terčem zákazů stávaly nejen erotické praktiky či případně odlišná sexuální orientace, ale především do jejího zobrazování a tematizování v mnoha uměleckých dílech. Tato tabuizace, potažmo cenzura se projevovala už v dobách počátku knihtisku, kdy se kromě Bible největších tiskařských nákladů dočkala právě pornografická díla konzumního charakteru, předávána dříve především ústní tradicí a neumělými přepisy. Těmito díly byly například Cantenburské povídky nebo Dekameron.

Tabuizace tématu sebou pak přirozeně přináší zájem. Církevní seznamy zakázaných děl, tak v lidech nutně vyvolávaly zvědavost, co tak „hrozného“ (zajímavého) mohou tato díla obsahovat, že jsou zakázána. Poptávka po těchto dílech tak byla silně stimulována a byl tak vytvořen předpoklad druhé hybné síly podporující postavení pornografie.

Enormní poptávka pak dříve či později nabyde kontur finančního či materiálního prospěchu. Tato další související skutečnost přerůstala do signifikantních finančních rozměrů především v tržním prostředí 20. století, zejména pak od 60. let, kdy lze pornografickou tvorbu a navazující koloběh operací (výroba, distribuce, prodej, apod.) poprvé bez nadsázky nazvat průmyslem. Pornografie tak získala třetí pilíř svého technologicky vizionářského postavení - začala hrát silnou ekonomickou roli.

Přesto právě prvně zmiňovaná skutečnost, tedy že pornografie nese příznaky nepřipustného, nelegálního či neveřejného, zde hraje onu klíčovou roli, bez které by

koloběh vůbec nemohl začít. Na rozdíl od jiných dostupných a veřejně komunikovaných oblastí je pornografie neustále vystavována tlakům, díky kterým musí neustále nalézat nové cesty, aby se vůbec dostala ke svému publiku. Pro pornografický průmysl tak nyní prakticky neexistují nepřekonatelné překážky, a ve věci zainteresovaní tvůrci dokáží reagovat na zákazy a omezení nejrůznějšího druhu vskutku pohotově. Veřejně proklamovaná nedostupnost pornografie na nějaké platformě či snaha o její vyloučení mimo nejnovější technologické výdobytky pak pouze slouží jako další stimul k jejich překonání, čímž dochází k posunutí celé znalostní a technologické problematiky na novou (v zásadě vyšší) úroveň.

Takovýchto případů překonávání technologických limitů, či bryskní reakce na nově otevřené (či prolomené) možnosti, lze v souvislosti s pornografií v poslední době ilustrovat hned několik.

Když byl v dubnu roku 2010 s velkou slávou uveden na trh tablet *iPad*, Steve Jobs tehdy hrdě prohlásil, že tento výrobek je kusem čisté technologie, na kterou má pornografie přísný zákaz vstupu, a je tak nemožné jí přes tento tablet koupit či dokonce vůbec sledovat. Služby *Appstore* i *iTunes* byly již nějakou dobou pod přísnou (až cenzorní) kontrolou, kterou Steve Jobs od svého návratu do čela společnosti *Apple* prosazoval, takže programy a multimediální soubory se na jejich pultech objevovaly pouze po důkladném prozkoumání a schválení. Ruku v ruce s faktem, že *iPad* jako takový cíleně nepodporoval technologii *Flash* (čímž chtěl Steve Jobs tablet uchránit před nelegální a především pornografickým obsahem, neboť všechny nejznámější komunitní pornografické weby využívaly tuto technologii pro přehrávání videa), to skutečně v určitou chvíli znamenalo technologickou nedostupnost pornografického obsahu na tomto přístroji. Avšak tato omezení nevydržela po oficiálním uvedení na trh ani den. Jedna z největších pornografických produkčních společností *Private Media Group* tuto technologickou hradbu obešla v řádu hodin, když svým způsobem zreplikovala službu *iTunes* a začala přes ni nabízet svojí pornografickou produkci [Lelle, 2010]. Na tento krok se přitom připravovala již od prvních zpráv o *iPadu*, a tak již v únoru, 14 dní po jeho prvním představení, měla připravenou kolekci 7500 pornografických filmů, kompatibilních s formátem využívaným službou *Apple iTunes* [Dillon, 2010]. V podstatě tak zřejmě pouze čekala na oficiální spuštění prodeje *iPadu*, aby si tyto možnosti ověřila v praxi a s velkou pompou posléze zveřejnila. Flashové omezení *iPadu* padlo také v den jeho oficiálního uvedení na trh a to

spuštěním webových stránek *iPadporn.com* ve verzi podporující embedované video v *HTML 5* s využitím komprese *H.264*. Tato stránka se tak stala prvním komunitním pornowebem, který obsah v takovémto formátu nabízel, a přes počáteční nedostatky se spuštěním na samotných *iPadech* byly tyto nedokonalosti do tří dnů zcela odstraněny [Admin, 2010]. Do konce dubna se pak tomuto formátu embedovaného videa přizpůsobili všichni největší pornografičtí hráči na trhu [Leavitt, 2010], a *iPad* na tom byl ohledně pornografie stejně jako každé jiné zařízení s přístupem na Internet.

V listopadu 2010 uvedla společnost *Microsoft* na trh ovladač *Kinect*, zařízení umožňující ovládání her a práci s dalším obsahem pomocí gest, pohybů a hlasových příkazů, určený výhradně pro videoherní konzoli *Xbox 360*. Techničtí nadšenci z celého světa byli štěstím bez sebe, neboť se jim do rukou dostal krásný kus technologie, která slibovala mnohem víc, než jen poskakování před televizí a hraní her. Krátce po oficiálním uvedení *Kinect*u na trh se společnost *Adafruit Industries* (prodává sady a nástroje pro elektronické projekty např.: *Arduina* apod.) rozhodla vypsát odměnu 1000 dolarů za postup či hack, který by umožnil využití možností *Kinect*u mimo *Xboxí* platformu. *Microsoft* zareagoval po svém s tím, že takové jednání vedoucí k užívání *Kinect*u mimo *Xbox 360* nebude tolerovat, přičemž ovladač *Kinect* stejně obsahuje řadu pojistek, které by měly možnosti jeho prolomení minimalizovat [Terdiman, 2010]. Odměna se tak obratem vyšplhala nejprve na dvojnásobek a posléze na trojnásobek [Adafruit, 2010]. Do tří dnů od tohoto uvedení vznikly první funkční ovladače na použití *Kinect*u mimo *Xbox*, a to nejprve pro platformu *Linux* a posléze i pro *Windows 7*. Jednou z nejzajímavějších pak byla reakce pornografické společnosti *ThriXXX* specializující se na výrobu pornografických 3D her (nejznámějším titulem je řada her *3DSexvilla*). Ta využila zmíněných, na Internetu v té době již zdokumentovaných, postupů a během několika dnů vytvořila svojí verzi ovladačů pro *Kinect*, díky kterému bylo možné ovládat pornografické hry z jejich portfolia pomocí pohybu a gest [Peckham, 2010]. Jednalo se přitom zřejmě o první hry, které byly plně ovladatelné *Kinectem* mimo platformu *Xbox 360*.

V dubnu 2012 společnost *Google* představila projekt *Glass*, zaměřený na rozšířenou (augmentovanou) realitu zprostředkovanou prostřednictvím malého poloprůhledného displeje umístěného na brýlích (či jejich stránkách). Jak se zpřesňovaly odhady technické specifikace těchto “brýlí”, množily se i nejrůznější vize a vtípky předjímající jejich budoucí využití. Sledování pornografie přitom bylo

aktérem většiny z nich. Od února 2013 byly *Google Glass* ve speciální *Explorer* verzi dostupné prvním zájemcům o testování, kteří zároveň za tuto inovaci byli ochotni zaplatit 1500 dolarů. I díky těmto raným osvojitelům (anglicky *early adopters*) vznikala pro specificky upravené rozhraní operačního systému *Android* řada aplikací, tak aby *Google* v plné softwarové výbavě stihl naplánované uvedení "brýlí" na trh pro koncové uživatele, které mělo odstartovat na začátku roku 2014. Jedním ze zájemců o *Google Glass*, kteří prošli výběrovým sítím *Googlu*, se v květnu 2013 stal i vývojář společnosti *MiKandi*, která je v současnosti největším výrobcem pornografických aplikací pro smartphony s operačním systémem *Android*, a jejíž portfolio čítá přes 8 tisíc pornografických aplikací a 4 milióny pravidelných uživatelů. Po počátečním prozkoumání „brýlí“ se firmě podařilo za 14 dní připravit první aplikaci pro uživatele *Google Glass*, která obsahovala pornografický obsah a která nesla název *Tits and Glass* [Mick, 2013]. Aplikace vzbudila velký ohlas, protože se zdála být potvrzením toho, co mnozí dříve či později na *Google Glass* očekávali. Společnost *Google* však ještě tentýž den, 3. 6. 2013, aplikaci pro využití na svých „brýlích“ zakázala, stejně jako vývoj dalších pornografických aplikací [Oates, 2013]. Po tomto zákazu se společnost *MiKandi* vrhla zpět do akce, když začala v upravené verzi aplikace zkoušet meze tohoto zákazu. *Google* totiž nešel tak daleko, aby řekl, co uživatel „brýlí“ nemůže dělat, pouze zakázal, že developer na ně nemůže dodávat pornografický obsah. Výsledkem tak bylo vytvoření nové aplikace a stránky *Tits and Glass*, které poskytují uživatelům prostor, do kterého lze vložit videa se svými sexuálními zážitky, natočenými prostřednictvím *Google Glass*. Ústředním motivem se tak stal uživatelsky generovaný POV (anglicky *point of view* neboli z vlastního pohledu) pornografický obsah, který je ke zhlédnutí i uživatelům, kteří zatím *Google Glass* nevlastní. Aby vývojáři z *MiKandi* podpořili svoje nové úsilí, zapůjčili si ještě jeden pár „brýlí“ a prostřednictvím profesionálních pornoherců natočili první pornofilm na *Google Glass*, jehož obsahově přístupná ukázka je dostupná i na serveru *Youtube*. Naplno v něm využili možnosti spárovat *Google Glass* zařízení, takže herci vidí zároveň svého partnera, i sebe prostřednictvím partnerových „brýlí“, což posouvá kategorii POV pornografie na zcela novou úroveň a společnost *Google* proti tomuto využití nemůže de facto nic dělat [Kleinmann, 2013].

V médiích toliko diskutovaný zákaz pornografie na Internetu ve Velké Británii, jenž v červnu 2013 představil britský premiér David Cameron, je dalším příkladem

regulace a tabuizace, se kterou se pornografové v různých podobách cyklicky setkávají. Od roku 2014 tak je ve Velké Británii implicitně zablokován přístup k veškeré pornografii na Internetu a každý, kdo by chtěl mít přístup k obsahu pro dospělé, musí s touto žádostí kontaktovat výhradně svého internetového poskytovatele [Schiesser, 2013]. Tento zákaz začal pro nové zákazníky platit již na konci roku 2013. Každý zákazník, který si pořídil nové připojení k Internetu nebo změnil svého poskytovatele internetového připojení, musí požádat o deaktivaci filtrů, pokud chce mít přístup k pornografickému obsahu. Požadovat odstranění těchto filtrů přitom může pouze majitel linky, což způsobuje další řadu problémů, například v rezidencích se sdíleným přístupem k Internetu. Tyto Cameronovy snahy přitom nejenže narušují pomyslnou svobodu Internetu ale i práva občanů, když zavádějí nebezpečný precedens státní kontroly obsahu Internetu. Zmiňovaný britský způsob plošné regulace pornografie na Internetu je dle mého názoru nevyhovující zejména proto, že v případě zájmu o dostupnost pornografie je nutné vyplnit a zaslat ověřenou písemnou žádost na poskytovatele internetového připojení. To však implikuje vytváření seznamů občanů, které mohou být snadno zneužitelné proti nim. Státem řízená regulace je dle mého názoru na místě a zcela eticky obhajitelná pouze v případech, kdy je pornografie vytvořena bez vědomého souhlasu aktérů, nebo zneužívající některého z aktérů. Do této kategorie lze tak zařadit především participaci dětí, zvířat a osob, se kterými je zacházeno proti jejich svobodné vůli. Naopak plošná státní regulace pornografie v digitálním prostoru nezbytná není. Problematika regulace kybernetického sexu se pak odvíjí zcela přirozeně od regulace pornografie jako celku v digitálním světě. I zde by měl být kladen důraz především na regulaci participace nezletilých aktérů, neboť virtuální sexuální dětská turistika je z etického hlediska neobhajitelným problémem snad ve všech světových kulturách.

S případnými budoucími omezeními se budou muset pornografové vyrovnat. Jelikož se stále ukazuje, že lidé v pornografickém průmyslu jsou po technologické stránce velmi inovativní a dokážou si poradit téměř v jakékoli situaci, je jen otázkou času, co snahy o překonání podobných limitů přinesou. Nelze přitom předpokládat, že by se pornografický průmysl složil zbraně jen kvůli nějakému zakazu.

Jedinou pomyslnou zkázu by pro něj tak mohla být pouze naprostá společenská akceptace, jak předestřela v roce 1987 slavná pornoherečka té doby

Georgina Spelvin: *„Náš byznys skončí v okamžiku, kdy se stane naprosto legálním a nebude mít žádné odpůrce.“*

4 Proměny vnímání tělesnosti a soukromí

Díky analýzám, případovým studiím či příkladům adaptace konkrétních technologií ve společnosti uvedených v předchozích kapitolách, jsme mohli identifikovat závislost poptávky po pornografických produktech a přijetím, respektive diseminací, nových technologií v moderní (potažmo postmoderní) společnosti. Pornografií (či souvisejícím průmyslem) iniciované proměny využívání, vnímání i samotné podstaty těchto nových technologií a postupů sebou zároveň přináší změny vnímání a prožívání nejen lidské společnosti jako takové, ale i změny v chápání a prožívání lidské individuality.

V této části práce jsem se tak zaměřil právě na změny, které pornografie a její dostupnost znamenaly pro společnost a individualitu jedince. Ke zmapování dosavadního zkoumání v této oblasti jsem pak použil zhodnocení odborné literatury nalezené především prostřednictvím databázových služeb *EBSCOhost*, *ProQuest*, *JSTOR*, *SAGE* a veřejně přístupného vyhledávacího serveru *Google Scholar*. K vyhledávání souvisejících zdrojů byla jako klíčová slova použita primárně hesla “pornography”, případně “porn”, v kombinaci s hesly “sexuality”, “society”, “individuality”, “identity” a “new media”. Další vyhledávání probíhalo přes křížové odkazy z již vyhledaných zdrojů. Ve chvíli, kdy nebyla z licenčních důvodů dostupná full-textová verze příslušné práce, jsem kontaktoval přímo autory práce se žádostí o poskytnutí studijní kopie. Těmto žádostem bylo ve většině případů vyhověno.

Z vyhledaných zdrojů pak byly vyřazeny ty nerelevantní (pouze zdánlivá souvislost či výrazná populárně naučná forma textu) a ty, u nichž se při absenci full-textu nepodařilo najít ani dostatečný počet podpůrných zdrojů (meta-analýzy jednotlivých prací či příspěvky z konferencí vztahující se k dané práci, potažmo k jejím výsledkům). Z jednotlivých relevantních studií pak byly vytvořeny clustery na základě tematické blízkosti, které se promítly do struktury celé této kapitoly práce. Kromě samotné problematiky pornografie a sexuální identity, které se věnuje první polovina této kapitoly, byly též ve studované literatuře rozpoznány související reflexe vnímání tělesnosti a problematika rozostřování soukromí. Literatura popisující tyto zmíněné tematické celky (vnímání tělesnosti a soukromí), byla pak na potřebných místech doplněna o přiblížení souvisejících novomediálních teorií, uměleckých projektů či komerčních aplikací.

V textu této části práce se dále můžeme kromě termínu „pornografie“ setkat i s termínem „sexuálně explicitní materiál“. Pornografie je přitom sama o sobě vždy určitým druhem „sexuálně explicitního materiálu“, když dle nejčastější obecné definice zahrnuje explicitní obsah sexuálního charakteru určený primárně k podpoře sexuálního vzrušení [například Weiner & Simpson, 2004; Merriam-Webster, 2004; HarperCollins, 2011]. Na druhou stranu může být určitý „pornografický“ obsah viděn pouze jako „sexuálně explicitní materiál“ ve chvíli, kdy u konkrétního pozorovatele toto sexuální vzrušení nevyvolává. Dle mého názoru tak při tomto rozdělení záleží na definici a přístupu každého jednotlivce či sociální skupiny. Tedy zda je pro něj/ji/ně daný obsah pornografický (dochází ke vzrušení), nebo pouze sexuálně explicitní (nedochází z jakéhokoli důvodu ke vzrušení). Z toho důvodu jsou termíny „pornografie“ a „sexuálně explicitní materiál“ v průběhu textu používána jako synonyma, neboť každý jednotlivý obsah zmíněný v textu práce, může být některým konzumentem vnímán jako „pornografický“ a jiným „pouze“ jako „sexuálně explicitní“.

4.1 Pornografie, společnost a sexuální identita

Řada autorů ve svých studiích argumentuje, že jsme svědky „sexualizace“ či „pornoifikace“ médií a společnosti [Attwood, 2002; Attwood, 2006; Cook, 2006; Cronin a Davenport, 2001; Levy, 2005; Langman, 2008; McNair, 1996; McNair 2002; O'Toole, 1998; Paasonen et al, 2007; Poynor, 2006; van Doorn, 2010]. Sex se stal tématem veřejné diskuse v různých médiích, populární kultura přejímá modely stylizace, které byly dříve konvenční pouze pro pornografické reprezentace (často ve snaze o senzaci, šokování, osobní reklamu), a s pornoaktéry je od dob Jenny Jameson zacházeno jako s popovými ikonami. Dalo by se říci, že pornografie byla během posledních 15 let naplno zapojena do procesu „mainstreamizace“. Díky tomu neustále narůstala důležitost tématu sexu a sexuality ve veřejném diskurzu. Pornografie je však stále často stigmatizována jako symbol osobní a kulturní zkaženosti, když její konzumace bývá v takovýchto konotacích uváděna jako jedna z příčin znásilnění, sexuální agrese, dehonestace a devavlace žen či jako důvod rodinného rozpadu [například Allen et al., 1995; Malamuth, Addison, Koss, 2000; Perrin et al., 2008; Griffiths, 2001; Young et al., 1999; Delmonico, 2002; Meerkerk et al., 2006; Young, 2008; Bergner a Bridges, 2002; Bridges et al., 2003; Cavaglione a Rashty, 2010]. To

vše navzdory (nebo možná právě kvůli) její současné široké konzumaci, bezprecedentní dostupnosti a postupné transgrese do mainstreamu či pop-kultury. Na druhou stranu se v řadě případů použití (či konzumace) sexuálně explicitních materiálů může jednat o veskrze pozitivní využití pornografie, s přínosy pro osobní, vztahový a sociální život [například Atwood, 2007; Ferguson a Hartley, 2009; Garlick, 2010; Goldman a Steele, 2005; Goodson et al., 2001; Goold et al., 2006; Hillier and Harrison, 2007; Chan a Jaafar, 2008; Chmelík et al., 2003; Chochola, 2004; Langman, 2008; Leiblum a Doring, 2002; McKenna, Green a Smith, 2001; McLelland, 2005; Morrison et al., 2004; Murdock et al., 2013; Paasonen, 2010; Raghupathy, Klein a Card, 2013; Rogala a Tydén, 2003; Schoen, 2010; Sorba, 2013; Watson a Smith, 2012; Weiss, 2000; Weststrate a McLean, 2010]. V této části práce se tak zaměřím na prozkoumání pohledů, které k této problematice přináší odborná literatura, shrnující jak negativní, tak pozitivní zjištění, a to včetně specifických rolí pornografie ve vzdělávání či zdravotnictví.

Zcela přirozeně vedla narůstající dostupnost a rozmanitost pornografických materiálů v první řadě ke zvýšenému zájmu o škodlivé účinky pornografie na společnost. (Obdobné trendy společenské diskuze byly v minulosti zaznamenány u různých žánrů hudby, filmové tvorby, počítačových her či samotných technologií [podrobněji například Kluitenberg, 2006; Stubbs, 2009].) Do této kategorie negativních dopadů lze zařadit argumenty, že konzumace pornografie způsobuje nebo přispívá k násilí (především sexuálnímu), podporuje sexuální deviace, degraduje ženy, ničí partnerské a rodinné vztahy, a přispívá k úpadku veřejného zdraví a morálky [například Allen et al., 1995; Malamuth, Addison, Koss, 2000; Perrin et al., 2008; Griffiths, 2001; Young et al., 1999; Delmonico, 2002; Meerkerk et al., 2006; Young, 2008; Bergner a Bridges, 2002; Bridges et al., 2003; Cavaglione a Rashty, 2010].

Některé z takovýchto studií kupříkladu argumentují, že dlouhodobá expozice konzumenta násilné pornografii zvyšuje míru přijímání nátlaku a agrese v sexuálních vztazích [Malamuth, Addison, Koss, 2000; Perrin et al., 2008], jiné podobně zaměřené studie o konzumaci pornografie v širších populacích, však přichází v tomto ohledu se závěry nejednoznačnými [Kutchinsky, 1991; Allen et al., 1995; Kingston et al., 2008], či zcela opačnými, když opatrně zmiňují až katarzní roli pornografie v tomto ohledu [Ferguson, Hartley, 2009]. Po studiu této literatury tak není jisté, zda ke

zvyšování míry nátlaku a agrese skutečně plošně dochází, a pokud ano, že je viníkem právě konzumace pornografie.

Zaměříme-li se více na individuální charakter konzumenta, zdá se být vše na první pohled jasnější. Osoby s kriminální minulostí prý mají větší tendence se po zhlédnutí pornografie projevovat sexuálně až agresivně, než osoby bez kriminální minulosti [Allen et al., 1995]. U výzkumů mužů bez kriminální minulosti byl například zjištěna preference násilné pornografie [Bogaret, 2001] a zvýšené riziko sexuální agrese po konzumaci pornografie [Malamuth et al., 2000] u takových, kteří prokazovali v ostatních sledovaných ukazatelích antisociální sklony.

Otázkou však zůstává, zda je v těchto případech pornografie příčinou nebo příznakem? Jsou tyto studie důkazem toho, že pornografie přímo přispívá k sexuální agresi, nebo dokazují, že sexuálně agresivní muži tíhnou k pornografii? V této souvislosti je dobré uvést názory, že pornografie je zřejmě jen jedním z rizikových faktorů v komplexní rizikové směsi u mužů, kteří vykazují další problematické znaky (například již zmíněné antisociální chování). Ty se navíc mohou lišit u každého jednotlivce na základě jeho výchovy, prodělaných traumat i kulturního pozadí, z něhož pocházejí [Vega, Malamuth, 2007; Malamuth, Petipitan, 2008; Kingston et al., 2008]. Pro takového jedince je dostupnost a konzumace pornografie jistě negativní. Diamond přichází s názorem, že neexistuje žádný důkaz o tom, že by celková dostupnost pornografie ve společnosti zvyšovala výskyt sexuálních trestných činů [Diamond, 2009], a jak již bylo zmíněno, dle výsledků Fergusona s Hartleyem tyto dva faktory dokonce negativně korelují [Ferguson a Hartley, 2009].

S narůstající dostupností online služeb se řada studií začala zabývat problematikou závislosti na Internetu. Průzkumy ve Spojených státech a Evropě ukázaly na přítomnost adiktivních příznaků u 1,5 % - 8,2 % internetové populace v jednotlivých zemích [podrobněji viz Weinstein a Lejoyeux, 2010]. Konzumace online pornografie je přitom v související odborné literatuře považována za jeden z typů využití online technologií, u kterého je velké riziko rozvoje návykové užívání [Griffiths, 2001; Young et al., 1999; Delmonico, 2002; Meerkerk et al., 2006; Young, 2008]. Tým holandských vědců přitom právě ve způsobech konzumace Internetové pornografie dokázal rozpoznat a předvídat znaky kompulsivního užívání internetu [Meerkerk et al., 2006]. Young následně identifikoval v tomto směru rizikový faktor v rozvoji mobilních komunikačních prostředků a mobilního Internetu, které mohou mít

negativní vliv nejen na léčbu závislého uživatele, ale i na rozvoj samotné závislosti na Internetové pornografii. Mobilní zařízení je totiž uživateli neustále na dosah ruky [Young, 2008]. Domnívám se, že podle těchto indikátorů lze souhlasit s tvrzením, že prudký rozvoj technologií umožnil bezprecedentní přístup k pornografickému obsahu, který může mít v případě nestřídmého použití negativní důsledky. Delmonico v této souvislosti uvádí zajímavou myšlenku, že většina z takto závislých konzumentů se se svojí závislostí potýkala v jiné formě již dříve a nástup Internetu a nových technologií jim pouze umožnil využít jinou (v tomto případě dostupnější) cestu k vyjádření jejich závislého chování či predispozic [Delmonico, 2002]. Podle mě pak záleží na každém jednotlivci, případně na systému preventivní vzdělanosti, aby negativním důsledkům nadměrného používání některého média či obsahu dokázal předejít.

Nejednoznačně v souvislosti s tímto tématem v odborné literatuře působí zhodnocení příčin rozvoje závislostí na internetové pornografii ve vztahu ke každodennímu reálnému životu konzumenta [Yoder, Virden, Amin, 2005; Layden, 2010; Laier et al., 2013]. Na jedné straně se u Laydena dočteme, že masivní konzumace pornografie duševně vyklešťuje mužské pokolení tím, že popírá lidskou vzájemnost, něhu a prožívání intimity, když zmiňované subjekty přenáší vzorce chování sledované v pornu i do reálného života. Tam však nedochází k naplnění jejich očekávání, čímž dochází u jedince k frustraci, jež prohlubuje jeho závislost na vzrušení z online pornografie [Layden, 2010]. Na druhou stranu Laier a kolektiv uvádí, že špatnými nebo neuspokojivými sexuálními kontakty v reálném životě nelze dostatečně vysvětlit vznik a prohlubování závislosti na kybernetické pornografii. Zároveň pro úplnost dodávají, že problematika závislosti na online pornografii je diskutována s kontroverzí a empirické důkazy pro jednotlivá tvrzení v širší míře stále schází [Laier et al., 2013].

Pokud odhlédneme přímo od kompulzivních poruch, zmiňuje literatura v souvislosti s negativními dopady pornografie na konzumenta také problematiku osamělosti, odosobnění a vlastní sebedůvěry. Častější konzumenti online pornografie se tak zdají být osamělejšími než ti příležitostně [Yoder, Virden, Amin, 2005] a ačkoli jde v této studii pouze o korelaci hodnot, je vzhledem k následujícím informacím bezpečné uvést, že časté užívání pornografie nebude pravděpodobně podporovat reálné sociální interakce. Tato skutečnost se projevuje především v oblasti odosobnění lidských vztahů. V současném světě lze dobře ilustrovat především na případě

Japonska. V první řadě zde zmiňme poslední tři studie související s tímto tématem [National Institute of Population and Social Security Research, 2011; Beth, 2013; Haworth, 2013]. V nich se například ukázalo, že 61 % svobodných mužů a 49 % žen ve věku 18-34 let nemá žádný intimní vztah, což je celkově o 10 % více než před 5 lety [National Institute of Population and Social Security Research, 2011]. Jiná studie ukazuje, že téměř třetina japonských obyvatel do 30 let nikdy s nikým nebyla na osobní “romantické” schůzce (rande) [Beth, 2013]. Další pak přichází se zjištěním, že 45% žen a necelých 30% mužů ve věku 16-24 let nemá absolutní zájem o sexuální kontakt [Haworth, 2013]. Rok 2012 byl zároveň rokem s nejnižší porodností v Japonsku vůbec [Kyodo, 2013]. Celkové společenské a vztahové vykořenění takovýchto japonských občanů lze sledovat především u takzvané Otaku generace, která označuje milovníky komiksů, počítačových her a elektronických médií (za nejbližší avšak ne zcela přesnou alternativu by bylo možénajít v anglickém termínu geek). Takovýto člověk upřednostňuje virtuální setkávání před reálnými, zřídka se vyskytuje na veřejnosti, je připojen několik hodin denně k internetu, mění si s ostatními Otaku pornografické obrázky, videa a komiksy a nechce mít s normálním sexem či vztahem nic společného. Skutečné vztahy jsou pro ně dle jejich slov až příliš emocionálně komplikované a sexuálně nezajímavé [Zohar, 2009, s. 155-170; Galbraith, 2014].

Neméně důležité je zmínit obavy vyjádřené v literatuře, které se vztahují k sexuálnímu sebevědomí a případným dysfunkcím [Bergner a Bridges, 2002; Bridges et al., 2003; Morrison et al., 2006; Peter a Valkenburg, 2009; Cavaglioni a Rashty, 2010]. Morrison a kolektiv zkoumali vliv konzumace pornografie na muže s různou úrovní sexuálních zkušeností z reálného života. Ukázalo se, že ti muži, kteří zažili méně sexuálních zkušeností, měli tendenci srovnávat své sexuální schopnosti, pohlavní orgány, a tělo s pornoherci ve filmech. Muži s více zkušenostmi z reálných sexuálních styků vnímali sebe sama mnohem lépe a nevykazovali vůči sledovaným materiálům znaky sexuální úzkosti [Morrison et al., 2006]. Podobné závěry pak přinesl také holandský výzkum, který přišel se závěrem, že expozice pornografickému obsahu negativně ovlivnila sexuální sebevědomí zejména u těch osob, které měly oproti ostatním omezené sexuální zkušenosti [Peter a Valkenburg, 2009]. Souvisejícím tématem jsou v tomto směru výzkumu i problémy přenášené do intimních vztahů konzumenta. Studie zaměřující se na prožívání vzájemné sexuality u heterosexuálních

párů [Bergner a Bridges, 2002; Bridges et al., 2003; Cavaglioni a Rashty, 2010], zaznamenaly u některých žen negativní efekty, jejichž příčinou byla extenzivní konzumace pornografie jejich partnery. Mezi zaznamenané negativní dopady patří prožívání hluboké osobní tísně, negativní vnímání vývoje vztahu (komparace minulosti s přítomností), úbytek sebedůvěry, emocionální nerozhodnost či pocit ztráty/odcizení [Bergner a Bridges, 2002; Bridges et al., 2003; Cavaglioni a Rashty, 2010]. Zajímavé jsou postřehy Cavagliona s Rashtym, že vzhledem k povaze chování závislých mužů na pornografii, oscilují ve svých výpovědích jejich partnerky mezi morálními obviněními a obhajováním lékařskou diagnózou, a mezi přehlížením, popíráním existence takového problému na jedné straně a slíděním v manželově počítači na té druhé. Zároveň je v této souvislosti nutné podotknout, že z již zmíněných i z dalších podobných studií (zkoumajících především celkové podíly negativních a pozitivních pohledů bez podrobného popisu možných prožívaných dopadů) [McKeen, 2002; Grimm, 2004; Rogala a Tydén, 2003; Twohig, Crosby, a Cox, 2009; Olmstead, Negash, Pasley, & Fincham, 2013] vyplývá, že negativní vliv konzumace pornografie na partnerský vztah vnímá minorita z dotázaných žen/párů (7-39 %). Ostatní tuto konzumaci pro svůj vztah vnímají neutrálně (8-34 %) až pozitivně (58-79 %), přičemž nejčastěji se jedná právě o pozitivní odpovědi.

Aby byl výčet existujících názorů na negativní vliv pornografie kompletní, je potřeba se zastavit ještě u hypotézy “efektu třetí osoby”. Hypotéza předpovídá, že lidé mají tendenci vnímat větší dopad masově komunikovaných zpráv u ostatních recipientů než u sebe. Tento “efekt třetí osoby” se tak často projevuje skrze nadhodnocení vlivu komunikované zprávy na zobrazené “ostatní”, nebo naopak podhodnocením vlivu takovéto zprávy na ně samotné [Davison, 1983]. Podle Perloff jsou nejdůležitějšími dvěma faktory, které mají za následek “efekt třetí osoby”, rozhodnutí o vhodnosti obsahu zprávy a důsledek sociální distance mezi osobou a “ostatními” (se zvyšující se vzdáleností roste i pravděpodobnost vzniku takového to efektu, blízká rodina jedince tak například může být ztotožňována s ním samým) [Perloff, 1999; Perloff, 2009]. Korejská analýza studií provedených na téma “efektu třetí osoby” přišla se závěrem, že právě rozhodnutí o vhodnosti zprávy je tím nejdůležitějším moderátorem vzniku tohoto efektu. Efekt je tak obzvláště výrazný, je-li obsah zprávy pro příjemce vnímán jako nežádoucí. Tedy nejen tehdy, když příjemce usuzuje, že by pro něj mohl být obsah nevhodný, ale také v situaci, kdy se například

kvůli společenským předsudkům bojí přiznat, že je daným obsahem ovlivněn. Na druhou stranu jsou zprávy vnímané jako žádoucí, téměř nedotčeny “efektem třetí osoby” [Sun, Pan, a Shen, 2008]. Výzkumy prokázaly, že tento efekt je přítomný i při hodnoceních dopadů pornografie na společnost, tedy že jednotlivci při posuzování vlivu pornografie mají tendenci připisovat větší negativní dopad na “ostatní” než na sebe samotné [Lo a Paddon, 2000; Rogala a Tydén, 2003; Hald a Malamuth, 2008]. Zajímavostí také je, že “efekt třetí osoby” byl přítomen jako indikátor podpory pro omezení přístupu k pornografii [Lo a Paddon, 2000].

Zatímco některé efekty široké dostupnosti a konzumace pornografie mohou být rozpoznávány jako společensky či individuálně škodlivé, existují zde i práce, které připisují pornografii řadu přínosných rolí [například Atwood, 2007; Ferguson a Hartley, 2009; Garlick, 2010; Goldman a Steele, 2005; Goodson et al., 2001; Goold et al., 2006; Hillier a Harrison, 2007; Chan a Jaafar, 2008; Chmelík et al., 2003; Chochola, 2004; Langman, 2008; Leiblum a Doring, 2002; McKenna, Green a Smith, 2001; McLelland, 2005; Morrison et al., 2004; Murdock et al., 2013; Paasonen, 2010; Raghupathy, Klein a Card, 2013; Rogala a Tydén, 2003; Schoen, 2010; Sorba, 2013; Watson a Smith, 2012; Weiss, 2000; Weststrate a McLean, 2010]. Mezi nimi jsou nejčastěji zmiňovány inspirace, abreakce (odreagovávání se), katarse (očistění), přirozenost, fantasie, náhražka, osvěta, uvědomění individuality, bourání tabu či potence.

Inspirativní hodnota je připisována pornografii jako jedna z nejčastějších [Kelley, 1996; Goodson et al., 2001; McKenna, Green a Smith, 2001; Rogala a Tydén, 2003; Chochola, 2004; Morrison et al., 2004; Watson a Smith, 2012; Herbenick et al., 2010; Swartzendruber a Zenilman, 2010], přičemž nejvíce prisuzovaným argumentem tohoto typu je “objevení či tip na novou polohu”. Výše zmínění autoři tak tomuto způsobu využití pornografie zároveň připisují sexuologicky edukativní roli (ve smyslu povzbuzení vlastního sexuálního vyjadřování a upevňování sexuální identity). Morrison a jeho kolegové dospěli přitom ke zjištění, že míra konzumace sexuálně explicitních materiálů pozitivně korelovala s mírou sexuální sebedůvěry, kterou o sobě účastníci výzkumu sami reportovali. Tedy, že se jedinci cítili sexuálně sebevědomnější, čím víc pornografie v minulosti zkonsumovali. Zároveň zde v tomto případě nebyly zaznamenány rozdíly mezi respondenty ženského a mužského pohlaví [Morrison et al., 2004].

Kromě sebevzdělávací role mohou hrát určité žánry pornografie pozitivní roli i ve všeobecné společenské (tedy i školní) edukaci. Dvě na sobě nezávislé americké studie z roku 2010 totiž ukázaly, že již mládež ve věku 13 až 19 let využívá pornografii k sexuálnímu sebevzdělávání [Herbenick et al., 2010; Swartzendruber a Zenilman, 2010]. Dana Berkowitz, docentka sociologie a genderových studií na univerzitě v Louisianě, v komentáři k výsledkům těchto studií uvedla, že takto obstarávané materiály ale postrádají patřičnou kritickou reflexi souvisejícího výkladu, který je pro použití takovýchto materiálů ve vzdělávání klíčový [Pannu, 2011]. Brewster a Wylie zase popisují význam detailních sexuálně explicitních kreseb v britském systému školní sexuální výchovy od středních škol výše, když jako jejich nejvýraznější pozitivní efekt zdůrazňují to, že se jedná o “jediný zdroj detailních a explicitních materiálů o lidské sexualitě a mužském a ženském těle”, které jsou v rámci školní výuky oficiálně dostupné [Brewster a Wylie, 2008]. V USA připravily dvě církevní organizace (Unitarian Universalist Association a United Church of Christ Justice and Witness Ministries) sexuálně vzdělávací program OWL (Our Own Lives - Naše vlastní životy), který se zaměřuje na jednotlivé věkové kategorie od dětí až po dospělé. Přítomnost sexuálně explicitního obsahu je přitom v materiálech pro starší věkové kategorie klíčová, především v kapitolách věnujících se chápání sexuálního vzrušení a fantazií [Robb, 2009]. Důležitost využívání určitých pornografických materiálů ve vzdělávání jako nenahraditelného zdroje informací specifického druhu zmiňují i další autoři [Schoen, 2010; Chan a Jaafar, 2008; Goold et al., 2006; Goldman a Steele, 2005; Raghupathy, Klein a Card, 2013; Watson a Smith, 2012].

Edukativního přínosu pornografie je též využíváno v klinické psychologické a sexuologické praxi [Newman, 1997; Leiblum a Doring, 2002; Watson a Smith, 2012; Sane, 2013; Kozáková, 2007]. Newman popisuje využití pornografie jako informačního materiálu v situacích, kdy jednotlivec či pár přijde na terapii s obavami o povahu svých sexuálních tužeb. V takovýchto případech může být prohlížení patřičných online stránek prospěšné pro chápání těchto přání jako něčeho naprosto normálního [Newman, 1997; Watson a Smith, 2012]. Leiblum a Doring zmiňují terapeutické postupy, při kterých jsou pacienti povzbuzováni, aby více prozkoumali svojí sexualitu. V nich se má využívat nejen vlastní tvůrčí činnosti (psaní, malování a fotografování), ale i konzumace pornografického obsahu například z internetu [Leiblum a Doring, 2002]. Citlivosti nabývá toto téma při pohledu na problematiku

výchovy osob trpících „lehkou mentální retardací“. Tito lidé mohou mít například obtíže při navazování sociálních kontaktů a vazeb s osobami opačného pohlaví. Toto platí zejména o osobách, které vyrůstaly mimo rodinné prostředí například v církevních školách, kde je sexuální výchova tabu a třídy mohou být tvořeny pouze osobami jednoho pohlaví. To však omezuje jedincům možnosti nabytí sociálních dovedností, které mohou získat v komunikaci s opačným pohlavím odpovídajícího věku. Nemožnost navazování takovýchto přátelství a vztahů pak brání přirozenému rozvoji pohlavní identity. V některých případech tak jsou sexualita a uvědomění si vlastní sexuální identity pouze opožděné či nedokonale vyjádřené. V literatuře je popisovaná edukativně-individualizační role pornografie v takovýchto případech [Sane, 2013; Kozáková, 2007], kdy seznamování se s vlastní sexuální identitou může stimulovat například až právě kontakt s pornografií.

Tímto jsme se již přiblížili k individualizační roli pornografie zmiňované v dalších studiích [například Atwood, 2007; Garlick, 2010; Langman, 2008; Paasonen, 2010; Murdock et al., 2013; Weststrate a McLean, 2010; Sorba, 2013; McLelland, 2005; Hillier a Harrison, 2007; Lindsey a Rivera, 2004; Winter, 2012; Watson a Smith, 2012]. Část prací [Atwood, 2002; Atwood, 2007; Garlick, 2010; Langman, 2008] vidí zrod této role s nástupem nových technologií a snadnějších způsobů distribuce a produkce pornografického obsahu v 80. a 90. letech 20. století, kdy došlo k demokratizaci pornografie. Jakákoli niche potřeba jedince dnes může být uspokojena (už se nevytváří pouze mainstreamová pornografie jako v 60. letech), a ten tak má možnost poznávat hlouběji své já [Atwood, 2002; Atwood, 2007; Garlick, 2010; Langman, 2008]. Zajímavostí je individualizační efekt, který v posledních několika letech přináší odosobnělost anonymního prostředí Internetu. Depersonalizace přicházející z nitra stroje (počítače), který pro svou obsluhu vyžaduje soustředění a nejlépe i klid, a podporuje tím fyzickou izolaci jedince, se zároveň v takovýchto případech stává bránou k jisté formě jeho společenské a sexuální integrace. Stroj a jím distribuovaný obsah (v našem případě pornografický) se dle mého názoru stává individualizačním nástrojem těch lidí, kteří se z jakéhokoli důvodu obávají negativního hodnocení ostatními či normativnosti společnosti. Díky anonymnímu deindividualizovanému virtuálnímu prostředí jsou schopni vstupovat do takových interakcí, na které by za normálních okolností ani nepomysleli, nebo by s nimi jednoduše v “reálu” nepřišli do styku. V reálném světě totiž mohou být z důvodu své

“odlišnosti” vystavování menšímu množství interpersonálních styků, slabší úrovni komunikace ve skupině a složitému vytváření vazeb a sociálních puvučin. To pro ně může přinášet následky v podobě nárůstu osamělosti a prohlubování vyhraněnosti vůči „normálu“. Tento socializační efekt je v literatuře dobře ilustrován na příkladech virtuálních komunit a subkultur [Atwood, 2002; Atwood, 2007; Garlick, 2010; Langman, 2008; Paasonen, 2010; Murdock et al., 2013], kde je individualita jedince a jeho odlišnost od normativnosti společnosti předpokladem pro integraci v dané skupině.

Pozitivně působí odstraňování akvizičních a komunikačních bariér spojených s pornografií také u skupin, které by jinak mohly být přehlíženy pro svojí odlišnou sexuální orientaci [Weststrate a McLean, 2010; Sorba, 2013; McLelland, 2005; Hillier a Harrison, 2007]. Pornografie zde o to více může vystupovat jako sebeurčující materiál, který přispívá k formování sexuální identity a intimity, právě pro zdánlivou absenci vzorců takovéto orientace v nejbližším okolí subjektu. Díky pornografii zároveň takovýto člověk ví, co vlastně může od pohlavního styku s osobou stejného pohlaví očekávat [Weststrate a McLean, 2010; Sorba, 2013]. Komunikační prostředky virtuálních prostředí pak neodmyslitelně patří k dotváření a udržování nově nabyté, či spíše uvědomělé, sexuální identity ve stejně smýšlejících skupinách [McLelland, 2005; Hillier a Harrison, 2007]. Zde se nemusejí obávat normativních předsudků, protože jsou „mezi svými“ (podrobněji o internetových queer komunitách například [DeGenevieve, 2007]).

Další takovouto skupinou mohou být lidé, jimž specifická forma sociofobie či společenského studu (způsobené například špatným zážitkem) znemožňuje plnohodnotný kontakt s okolním světem. Jedním z typů konzumované pornografie mohou být sexuálně orientovaná setkání prostřednictvím chatu, či jiných virtuálních prostředí. Vliv kybernetického sexu lze vysledovat na zvyšování zkušeností či sebevědomí nejen u sociálně stydlivých jedinců, ale například i u osob fyzicky postižených [Lindsey a Rivera, 2004; Winter, 2012; Watson a Smith, 2012]. Ti mohou trpět podobnou ztrátou sociálního statusu, byť z jiných důvodů než skupina první. Takto postižení sami potvrzují důležitost a potřebnost těchto forem sexuálních styků pro formování či znovu nabytí jejich sexuální identity [Leslieonline, 2010; Hindell, 2011]. Mezi další zmiňované oblasti lékařství, kde je využíváno pornografických materiálů, patří ortopedie a kardiologie [Watson a Smith, 2012]. Zde jsou s pomocí

sexuálně explicitních materiálů ilustrovány zejména možné sexuální polohy po tom kterém typu operace. Stimulačního přínosu pornografie je pak široce využíváno v reprodukční medicíně [Watson a Smith, 2012].

Poslední pozitivní rolí, kterou připisuje pornografii literatura, je role katarzní. Někteří autoři argumentují, že přístup k sexuálně explicitní materiálům umožňuje bezpečné uspokojení sexuálních kuriozit a sklonů, které by jinak mohly být považovány za deviantní nebo společensky nebezpečné [Newman, 1997; Kelley, 1996; Weiss, 2000; Chmelík et al., 2003; Ferguson a Hartley, 2009]. Zároveň je tato katarzní role podmíněna absencí sexuálně agresivní pornografie v konzumovaném obsahu, neboť u ní je tato role neprůkazná [Chochola, 2004]. Ferguson a Hartley připouštějí, že řada vztahů podporujících tuto teorii je založena pouze na korelaci hodnot, a že je potřeba se této specifické roli pornografie dále věnovat [Ferguson a Hartley, 2009].

Závěrem této části práce je nutné poukázat na skutečnost, že v některých případech bohužel stále neexistuje přesvědčivé množství empirických důkazů, které by jednoznačně podpořily zmiňované negativní/pozitivní názory na účinky pornografie. Většina souvisejících výzkumů je založena buď na dotazníkové metodě, nebo na korelačních analýzách několika jevů. To bohužel může mít za následek interpretačně složité a někdy i částečně protichůdné závěry. Jako dobrý ilustrační příklad studia související literatury, kdy může dojít při interpretaci, až k opačným závěrům uvedme úryvek textu této kapitoly, která se zabývá vztahem konzumace pornografie a sexuálního násilí: „*Některé z takovýchto studií kupříkladu argumentují, že dlouhodobá expozice konzumenta násilné pornografii zvyšuje míru přijímání nátlaku a agrese v sexuálních vztazích [Malamuth, Addison, Koss, 2000; Perrin et al., 2008], jiné podobně zaměřené studie o konzumaci pornografie v širších populacích, však přichází v tomto ohledu se závěry nejednoznačnými [Kutchinsky, 1991; Allen et al., 1995; Kingston et al., 2008], či zcela opačnými, když opatrně zmiňují až katarzní roli pornografie v tomto ohledu [Ferguson, Hartley, 2009]. Po studiu této literatury tak není jisté, zda ke zvyšování míry nátlaku a agrese skutečně plošně dochází, a pokud ano, že je viníkem právě konzumace pornografie.*”. Další podrobnější zkoumání dopadů pornografie na společnost a jedince tak bude v takovýchto případech nadále potřebné.

4.2 Kybernetický sex jako modulátor tělesnosti

V předchozí části jsme se již přiblížili k problematice definice a vnímání pohlaví ve virtuálních komunikačních prostředích, které mohou hrát roli v uvědomění, utváření či znovu nabytí vlastní sexuální identity [např. viz Sorba, 2013; Hindell, 2011; McLelland, 2005; Hillier a Harrison, 2007]. V této části práce problematiku nabývání vlastní sexuální identity vztáhneme ke specifickému žánru pornografie, kterou je kybernetický sex. Zároveň se pokusíme odkrýt související obrazy novomediální teorie, a interpretační rovinu těchto obrazů doplníme o návaznosti z odborné literatury, která některé z interpretovaných jevů také popisuje.

Když pomineme geneticky předurčené normativní role, dostaneme se prostřednictvím kybernetického sexu za hranice běžného vnímání lidské tělesnosti. Tělo (body) a tělesnost (embodiment) rozlišuje ve svém díle *How we became posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature and Informatics* (1999) americká profesorka Katherine Hayles. Tělo jako takové je vždy normativní, relativní vzhledem k souboru kritérií; je to idealizovaná forma tělesné schránky sloužící jako médium. Tělesnost je na druhou stranu kontextuální, spojená se specifickým prostorem, časem, fyziologií a kulturou a jako taková je spíše soupisem informací, která by se bez fyzického těla jako nosiče mohla teoreticky obejít [Hayles, 1999]. Docentka psychologie Běla Hátlová používá pro tělesnost také termín „sebepojetí“ [Hátlová, 2005].

Kybernetický sex se zrodil v prostředí chatu (viz 2.4.1.) a už od začátku zde můžeme najít náznaky prolínání různých forem reality i tělesnosti. Anonymita uživatelů, jejichž pravá totožnost nemůže být díky nicku (přezdívce) nikomu zřetelně známá, stimuluje lidskou otevřenost, komunikativnost a především touhu experimentovat a projevit se. Dochází zde k silnému oslabení přisuzovaných sociálních rolí a přitom je odstraňována svazující normativnost společnosti. Struktura vnějšího (reálného) světa přestává platit a člověku se otevírá prostor pro sebereprezentování vlastní identity tak jak jí vnímá či chce vnímat sám, bez nutnosti strachu z toho, jak ho vnímá jeho reálné okolí [Atwood, 2002; Atwood, 2007; Garlick, 2010; Langman, 2008; Paasonen, 2010; Murdock et al., 2013] (Důležitost tohoto efektu pro formování sexuální identity rozebrána v předchozí části práce viz 4.1.). Fyzická nepřítomnost aktéra komunikace v takovémto virtuálním prostředí zbavuje

člověka jeho těla a zůstává zde pouze jakási jeho virtuální reprezentace. Ta je tvořená projektovanou identitou a souborem dat, díky němuž tu vzniká nová osobnost, nová identita, nová tělesnost. Uživatelé skrytí pod rouškou přezdívky tak mohou najednou vystupovat jako někdo úplně jiný, kdo s jejich normativním tělem nemusí mít prakticky nic společného, jako někdo, kým si vždy přáli být ve svých fantaziích a představách. Jako někdo, kým nemohou být například právě kvůli bariérám svého fyzického těla (to platí i o tělesně postižených). Jakub Macek pro popis tohoto specifického prožívání sebe sama, které potlačuje základní fyzické aspekty reálného těla, zavádí pojem „kybertělesnost“ [Macek, 2003]. Bolter a Grusin pak kladou důraz na pojetí vlastního Já, když hovoří o ztělesnění v mediované formě. Jde tu mimo jiné o identifikaci člověka s technologií, jež jedinci umožňuje zprostředkovat reprezentovaný svět s co možná největší bezprostředností, díky čemuž dochází ke vzniku remediovaného Já [Bolter a Grusin, 2000].

Nově nabytá tělesnost však nemusí býti nutně sama. Pod světlem různých komunit a virtuálních setkání mohou vystupovat na povrch rozličné fasety, odrážející právě onu aktuální podobu okamžité konfigurace uživatelovy nové tělesnosti. Prakticky neomezená kontrola nad mnoholicností virtuální identity může nakonec v důsledku ovlivňovat a vyvíjet skutečnou osobní individualitu a její uvědomění sebe sama. V tom můžeme najít i rezonanci Jungova stávání se sebou samým. Masky anonymity umožňující bezprecedentní androgynní chování přitom zároveň stírá další klasickou normativní hranici rozdělení reality na mužské a ženské světy, když osvobozuje tělesnost od jejího prvotního archetypu těla - pohlaví. Zatímco v reálném světě je pohlaví společně s rasou rozhodujícím normativním ukazatelem, ve virtuálním prostředí je můžeme zcela ignorovat či transformovat. Vzniká tu prostor pro nové formy sexuálních a genderových identit a jejich prožívání. Dopady prožívání odlišných pohlavních rolí ve virtuálním prostředí poprvé popsal v roce 1982 psycholog Sanford Lewin. Ten zjistil, že uživatelky chatů, jež si ho díky nicku spletly s psychologem ženského pohlaví, reagují na některé jeho rady zcela odlišně od toho, na co byl zvyklý ze své klinické praxe jako muž [Hopkins, 1998]. Michael Ross pak při zkoumání vztahu internetové sexuality a konceptu “dělání a bytí” došel k závěru, že síla takovýchto virtuálních prostředí spočívá v individuální schopnosti jedince zcela volně měnit svoji “formu, věk, pohlaví, sociální postavení, či sexuální orientaci” [Ross, 2005].

Setkání s podobnými prožitky zprostředkovanými odlišnou rolí však může vést k uvědomění si nové tělesnosti v takové míře, že člověk může mít chuť rekonstruovat i své tělo, tak aby odpovídalo zprostředkované virtualitě. Langman ve své práci o karnivalizaci těla mluví právě o takovéto estetické a funkční rekonstrukci v důsledku konzumace pornografie. Zmiňuje přitom různé stupně tělesných modifikací od tetování a piercingů až k chirurgickým zákrokům, od plastiky prsou až po zásahy do pohlavních orgánů [Langman, 2008]. Asi nejkontroverznějším dopadem při experimentování s virtuální identitou je rekonstrukce pohlavních znaků těla v duchu nově objevené tělesnosti tak, aby odpovídala normativním zvyklostem a definicím společnosti. Vždyť i zavedená medicínská praxe vidí potřebu zařazení intersexuálních dětí prostřednictvím operace do genderové binární kategorie. Samotná terminologie těchto tzv. „korektivních“ zásahů přitom přímo odkazuje ke zmiňované normativnosti a jejímu společenskému významu [Roen 2008]. Popsaná transgenderová rekonstrukce těla však samozřejmě není bez rizika, jakkoli se může ve virtuálním světě její naplnění zdát ideálním ztotožněním se s uživatelským nově nabytým vnímáním sebe sama. Takovýto člověk pak může být zachycen v procesu proměny, neboť tělo nelze transformovat tak „snadno“ a levně jako tělesnost. Pocit nevyhnutelnosti přeměny vlastního těla někdy (z ekonomických důvodů) nutí jedince vstoupit do virtuálního kolotoče pornografie znovu v zcela jiné, nyní naopak deanonymizované roli (herce) a dává vzniknout problematickému fenoménu she-male [podrobněji o she-male problematice např. Blanchard, 1993; Escoffier, 2011].

4.2.1 Pornografie jako technologické extenze

Zavedením konceptu jednostranného videochatu s modelkami/striptérkami pornografický průmysl provedl transformaci jedné ze stran komunikace zpět z virtuálního do skutečného světa. Tomu virtuálnímu (anonymnímu) ale ponechal v rukou moc řídit skutečnost podle svých představ (byť primárně za peníze). S rostoucím pocitem moci přitom dochází k expanzi touhy přenést pocity extenzivní tělesnosti zpět na fyzické prožitky těla, a to pokud možno jinou formou než masturbací. Pomyslným finálním stádiem tohoto snažení se tak v perspektivě mnoha pornografických podnikatelů i samotných účastníků kybernetického sexu stala tzv. pornotopie, zažívání skutečných prožitků ze zcela virtuálního sexuálního styku, přímá stimulace mozkových receptorů [Tang, 1999]. Prozatím vytvořené realizace, které by

nakonec vedly k dosažení jisté fáze zmíněné pornotopie, prošly několika formami na stupnici reálně-virtuálního kontinua (tak jak jí známe z koncepce Paula Milgrama, tedy zahrnující škálu stavů od naprosté virtuální reality až po naprosto skutečnou realitu [viz Milgram, 1994]). V této části textu se tak pokusím rozkrýt existenci takovýchto projektů, ať již mají komerční či umělecký původ, a doplnit je o související interpretační pohled.

Z virtuálních prostředí se na první pohled nabízí *Second life* a jemu podobné světy, kde pornografický obsah tvoří sami uživatelé [Wagner, 2007]. Ty formě tělesnosti vstupující a přetvářející se v rámci kybernetického sexu dodávají i vizuální reprezentaci prostřednictvím avatara. Ten může snadno vzniknout jako optimální projekce počáteční vlastněné tělesnosti a dle potřeby pak patřičně měněn v průběhu nabývání identity nové. V takovémto virtuálním prostředí tak může člověk rekonstruovat či transformovat své tělo (byť to virtuální) ve větším souladu s přirozeností a rychlostí proměny své identity, než v prostředí reálném, které nese již v předchozí části zmíněné nedostatky. S tímto pracuje od svého vzniku v druhé polovině 90. let 20. století i původně umělecko-akademický projekt Bodies©INCorporated. Na jeho komunitních webových stránkách si může uživatel vytvořit svého avatara ve všemožných variacích parazitujících na genderové bipolaritě normativního světa, a vstupovat do komunikačních a inscenačních relací s ostatními uživateli. Kromě věku si tak uživatel volí pohlaví a sexuální orientaci svého avatara, přičemž může mít jednu část těla ženskou a jinou mužskou (byť by to byla třeba jen noha či ruka) a může být heterosexuální, homosexuální, bisexuální, hermafroditní, transgender či úplně jiný [Niranjan, 1997; Freyermuth, 1998].

Podobnou cestou jako virtuální uživatelské světy se stále častěji vydávají i „klasičtější“ počítačové a video hry, kde provozování virtuálního sexu začíná tvořit nedílnou součást herních činností. Nejedná se přitom pouze o čistě pornografické hry, neboť sex jako herní možnost je stále častějším prvkem i her primárně nepornografických, vzniklých ve studiích velkých mainstreamových tvůrců (Electronic Arts, Bioware, apod.) [Kubelka & Vaněček, 2010, s. 4]. Fyzicky hmatatelnějších proporcí dosahují tato virtuální prostředí díky segmentu pornografických videoher, který je zaměřen na používání speciálních herních zařízení. Ta umožňují uživateli (většinou mužskému) cítit a prožívat sexuální podněty při hraní těchto her a to za využití nejrůznější feedback technologie (technologie zpětné vazby)

[Kubelka & Vaněček, 2010, s. 6-9]. Zde tak poprvé dochází k situaci, kdy má uživatel určitou formu reálného styku a prožitku s virtuálním pornografickým produktem, a tento prožitek není na tělo přenášen intrapersonální stimulací, ale jeho technologickou extenzí. Nadstavbou tohoto jednostranného použití pro kontakt s virtuálním prostředím pornografické videohry je pak propojení dvou uživatelů a jejich koncových zařízení, které je s některými druhy těchto speciálních herních zařízení možné již dnes [Kubelka & Vaněček, 2010; Segan, 2012].

Prostřednictvím těchto herních zařízení lze dosáhnout další úrovně kybernetického sexu a možná i posunutí hranic samotné lidské existenciality. Díky distribuování sexuálního potěšení mimo hranice vlastního fyzického těla tu totiž dochází k jisté formě transformace lidské bytosti v kyborga, který pomocí svých technologických extenzí může vstupovat do sexuální interakce téměř s celým světem. Ve stejném okamžiku totiž účastník takovéto párové relace podstupuje sexuální styk nejen s druhým lidským protějškem, ale i se strojem, potažmo se všemi částmi kybernetického universa, které přicházejí do kontaktu s daty této relace (i samotného virtuálního prostředí, na jehož základě daná relace probíhá).

Za další vrstvu těchto realizací lze považovat umělecký projekt Prokopa Bartoníčka, *Vibrator - Data of the Beauty* (2008). Součástí této interaktivní instalace, která putuje po světových výstavách, je vibrátor, který je napojen na jeden z nejrušnějších komunitních porno serverů na světě (Youporn.com). Jeho vibrace a světelné efekty odpovídají svojí intenzitou sledovanosti nejvíce požadovaného videa na těchto stránkách [Bartoníček, 2008]. Anonymní zájem množství uživatelů z celého světa o pornografický obsah je tak soustředěn do jednoho objektu, postaveného na platformě Arduino. Tento objekt pak de facto umožňuje uživateli mít sexuální styk plný reálných prožitků s tisíci uživateli, kteří zrovna konzumují pornografický stimul, a to najednou. Masová konzumace pornografického obsahu se tak stává jedním z účastníků tohoto kybernetického sexu, a zároveň se jedno poměrně malé zařízení stává společnou technologickou extenzí tisíců lidí z celého světa.

Tento a jemu podobné projekty spadají spolu s již zmíněným sektorem speciálních pornografických herních zařízení do oblasti nazývané „teledildonics“. „Teledildonics“ jako termín původně vytvořil v roce 1975 Ted Nelson, ale větší pozornosti se dočkal až po vydání knihy Howarda Rheingolda *Virtual reality* v roce 1991. Rheingold zde v kapitole nazvané *Teledildonics and Beyond*, popisuje své

představy o virtuálním sexu přes Internet, a za největší problém považuje absenci obleku na tento virtuální sex, který by zaznamenával a zpětnou vazbou opět vytvářel vzájemné fyzické podněty [Rheingold, 1991, s. 345-346]. Termín se nakonec ukotvil jako označení jakéhokoli přístroje (či sady přístrojů), které jsou schopny zaznamenat a přenášet alespoň jeden ze smyslových vjemů, a jejichž využití zároveň souvisí s provozováním kybernetického sexu [Blue, 2009].

Zastřešující problematikou zde dle mého názoru není to, co tyto „teledildonics“ technologie mohou udělat pro naše prožívání sexu, ale jak se s integrací podobných technologií do našeho života změní jeho aspekty, či celková sociální interakce a organizace. Jedna z pornografických firem (RealTouch) od roku 2012 jedná s armádou USA o použití „teledildonics“ technologií na zahraničních misích (například v Afghánistánu), aby mohla intimně propojit v zámoří nasazené vojáky s jejich manželskými a partnerskými protějšky, které na ně čekají doma [Segan, 2012]. Na příkladu vojáku a jejich blízkých lze přitom poměrně dobře ilustrovat vliv používání těchto technologických extenzí na proměny jejich tělesnosti. Ta je v takovou chvíli spojena s novým prostorem, neboť vstupuje do datasféry i do lokací na obou stranách relace, s novým časem, kde se například s rostoucí vzdáleností stává přítomnost relativnějším pojmem, s novou fyziologií, neboť se síť a samotné sexuální pomůcky stávají jejich stavebními prvky, i s novou kulturou, neboť se mění způsob využívání dostupných prostředků.

4.3 Pornografie jako sonda do soukromí

V předchozích částech jsme se zaměřili především na proměny vnímání a prožívání sexuální identity jedince. Při zkoumání dopadů technologicko-pornografického vztahu na proměny společnosti je důležité se zaměřit i na vnímání intimity a soukromí, které v posledních desetiletích doznalo velkých změn, iniciovaných právě nastupujícími technologiemi. Dnes tak dochází k prolínání veřejného a soukromého nejen v každodenním neintimním životě, ale i v tom intimním. V této části práce tuto problematiku rozostřování soukromí vztáhnou nejen k odborné literatuře, která některé z průvodních jevů popisuje, ale doplním je i o popis souvisejících komerčních projektů.

Prvotním impulsem budoucích změn v přístupu k intimitě a soukromí byla na konci 80. let 20. století poloprofesionální videokamera, umožňující nahrávání

sexuálních praktik i lidem pracujícím mimo filmový průmysl. Vlna zájmu o tento do té doby nevidaný typ pornografie, který zval návštěvníky přímo do obývacích a ložnic jejich potencionálních sousedů, byla obrovská [Hebditch & Anning, 1988]. Do této chvíle existovala jasná hranice mezi producentem a konzumentem pornografického obsahu. Tato hranice se nadále rozostřovala s rozvojem Internetu a virtuálních komunikačních prostředků, především díky anonymitě prostředí a demokratizaci distribučních kanálů. V návaznosti vznikla řada anonymních seznámek, chatů, diskuzních fór či komunitních serverů sloužících k získávání nových a sdílení již proběhlých sexuálních zážitků (viz část 4.2.). S rozvojem mobilních technologií posledních let je konzumace i produkce a distribuce takového obsahu možná prakticky kdekoli [Weisskirch & Delevi, 2011].

V související literatuře lze přitom sledovat různé motivační faktory, které vedou producenty k vyrábění takového obsahu a konzumenty k jeho vyhledávání. Prvním z nich je jakási síla samotné komunity. Niels van Doorn i Susanna Paasonen to ve svých pracech zdůvodňují klasickým příkladem zrodu Webu 2.0, kdy uživatelé daleko raději přijímají uživatelsky tvořený obsah, než ten, který jim je podsouván komerčními subjekty. To platí pro téměř jakýkoli obsah, a samozřejmě to dle obou vědců platí i pro ten pornografický [van Doorn, 2010; Paasonen, 2010]. Výraznější je tento vliv pak u komunit se specifickými požadavky na pornografický obsah, ať už se jedná o odlišnosti žánrové, nebo na základě sexuální orientace [Atwood, 2007; Garlick, 2010; Langman, 2008; Paasonen, 2010; Murdock et al., 2013; McLelland, 2005; Hillier a Harrison, 2007; Halavais, 2005]. Halavais identifikuje amatérské samoorganizované pornografické komunity jako “ekonomiky daru”, ve kterých je “deviace považována za normu” [Halavais, 2005] a všichni si tak jsou rovni. Někteří z těchto autorů si přitom všímají dalšího motivačního faktoru v takovýchto komunitách, jímž je sebe prezentace [Atwood, 2007; Garlick, 2010; Langman, 2008], kde vytvářený i konzumovaný pornografický obsah může sloužit jako “manifestace skutečného já uživatele” [Garlick, 2010], jako “forma sebevyjádření” či “projekt uživatelské identity” [Atwood, 2007], nebo jako další z příkladů “karnevalizace”, tedy performativního, někdy až absurdního předvádění těla [Langmann, 2008].

Jistou formu sebe prezentace v důsledku ztotožnění se s konzumovaným obsahem vidí u běžné průměrné populace i van Doorn. Sledování odrazů sebe sama, které mohou rozeznávat diváci ve všednosti a každodennosti nových aktérů amatérské

pornografie, vede totiž k mnohem většímu ztotožnění se s pornografickým produktem, než tomu je u „posh“ pornografických produktů plných dokonalých těl [van Doorn 2010]. I díky tomu se toto až syrové dokumentární zachycení reality, které naplno otevírá dveře soukromí, napevno etablovalo jako jeden z nejvýznamnějších žánrů současné pornografie.

V českém prostředí je z této oblasti nejznámějším a největším komunitním portálem server Amatéři.cz, s více než 550 tisíci registrovanými uživateli především z České a Slovenské republiky. Tento portál v sobě kombinuje funkční prvky seznamky, chatu, diskuzního fóra, když jeho nejviditelnější vrstvu tvoří sdílené amatérské pornografické fotografie a videa (v současnosti přes 1,5 miliónu pornografických galerií a zhruba 200 tisíc videí). Anonymizací uživatelů na základě nicku (přezdívky) došlo u mnoha z těchto uživatelů ke ztrátě řady zábran a ostychu a tak nás naplno zvou do svého soukromí bez sebemenší snahy o skrývání své tváře nebo domovů. Na druhou stranu zde lze sledovat i vnitřní souboje uživatelů mezi snahou o prezentaci sebe sama a uchováním vlastní anonymity. Ty jsou reprezentovány neumělými snahami o retuš identity a osobních věcí (prstýnků, nábytku, ...). Estetičnost takovéto amatérské pornoprodukce je přitom až bizarně jednoduchá: je jedno, že přes obličej budu mít velký barevný flek či obdélník, uměle amputující mou identitu, důležité je, že moje genitálie budou patřičně ostré a vystaveny na odiv světu.

Další v literatuře popisovanou motivací je věrohodnost obsahu a zobrazování rolí v amatérské pornografii [Messina, 2006; Hardy, 2008; van Doorn 2010; Garlick, 2010]. Ta se výrazně odlišuje od zaběhnutého stylistického a scénaristického konstruktů klasické pornografie svojí autentičností (po dějové, prožitkové i technické stránce). Sergio Messina pro takováto amatérská díla, která odmítají klasické pornografické konvence, zavádí pojem “realcore”, jako vyhranění se zavedeným pornografickým termínům “softcore” a “hardcore”, když staví právě realističnost nade vše ostatní [Messina, 2006]. Hardy mluví o snaze o co největší soulad mezi reprezentací a realitou, kdy se aktéři takovýchto amatérských filmů vzdávají svého soukromí dobrovolně ve prospěch maximální realističnosti [Hardy, 2008]. Věrohodnost a realističnost zobrazování genderových rolí v této souvislosti zdůrazňuje i van Doorn [2010]. Garlick v tomto kontextu uvádí jakousi přesycenost, či znučenost klasickou pornografickou produkcí, která může snižovat vzrušivý potenciál a vůbec funkčnost takovéto pornografie. Ve svém textu polemizuje nad znučeností společnosti

z klasické pornografie, když tento stav přirovnává až k Heideggerově pojmu „hluboké nudy“. Rozmach amatérské pornografie přitom zmiňuje jako jedno z možných východisek z tohoto stavu, právě díky popírání konvenčních postupů [Garlick, 2010].

Posledním druhem motivace pro takovéto šíření vlastního pornografického obsahu a vzdávání se soukromí je vlastní prospěch. O tom se většina literatury hodnotící společenské dopady rozmachu pornografie vůbec nezmiňuje, a pokud tak jen v krátkých samozřejmých náznacích [van Doorn, 2010; Paasonen, 2010]. Nedozvíme se tak například nic o aktivitách nočních klubů, které natáčejí své návštěvníky během sexuálních hrátek v jejich prostorách, a tento natočený obsah pak monetizují postřednictvím videí či videostreamů na svých webových stránkách. Návštěvníci těchto klubů o natáčení vědí, dobrovolně se ho účastní, a díky vědomému souhlasu se zveřejněním jejich nahrávek dostávají určitou formu slevy. Světově známým se stal takovýto projekt díky pražského klubu *Big Sister* (2005-2010), kde již samotný název odkazoval na vševidoucnost, jež byla dosažena celkem 58 kamerami [BigSister, 2007]. Porno „hrdinou“ v přímém přenosu se zde mohl stát každý, kdo přišel. Stačilo se vzdát soukromí.

Podobně přistupují ke svému soukromí i takzvané „celebrity“. Patologických rozměrů dosahuje jejich chování ve chvílích, kdy jsou pro svoji „slávu“ ochotné obětovat cokoli, včetně svojí intimity. Zarážející je v tomto ohledu především chování osob jako jsou Paris Hilton či Kim Kardashian, které si na natočení svého pornografického videa založily celou kariéru, když ho „omylem“ nechaly uniknout na Internet, aby tak vzbudily/podpořily zájem o svoji osobu.

Z mého pohledu však všichni aktéři, kteří se zbavují svého soukromí, stále využívají jistého depersonalizačního efektu zprostředkovaného videokamerou. Divákům přitom předvádějí něco, co by jim na živo ve své ložnici pravděpodobně neukázali. Jakoby pohlavní akt uskutečněný před videokamerou pozbýval intimních hodnot, což ve skutečnosti nemusí být pravda. Stejně tak se chová i nejnovější připravovaný projekt novomediálního umělce Prokopa Bartoníčka s pracovním názvem *Vibrator 2*. S jeho pomocí by bylo možné sdílet své oblíbené sexuálně stimulační přednastavení prostřednictvím sociálních sítí, čímž by se transformovala intimita masturbace do veřejného prostoru. Jako bychom se postupně dostávali do další fáze naší společnosti, kde sex již není soukromým aktem odehrávajícím se za zdmi ložnic, nýbrž jen další množinou dat, které jsou přenášeny nejrůznějšími

informačními kanály. Zdá se, že sex začíná expandovat do kyberprostoru, kde postupně transformuje každodenní tělesné kontakty v distanční setkávání nejrůznějších druhů, bortí se hranice osobního a veřejného, a mění postindustriální společnost ve společnost postcoitální^a. To vše může mít negativní dopady na budoucí podobu a existenci lidské civilizace jako takové.

^a Pod označením postcoitální společnost lze chápat takový stav, kdy je jedinci upřednostňován kybernetický či virtuální sex, případně jiná substituční forma nahrazující tradiční reálný fyzický intimní vztah a pohlavní styk. Zároveň zde dochází k odstraňování bariér soukromí a tento akt se stává veřejným, nezávazným a široce sdíleným.

Předobrazem takovéto společnosti může být například ztvárnění hypotetické budoucnosti ve filmu *Demolition Man*, kde se virtuální sex stává nezávaznou společenskou hrou, k reálnému intimnímu styku zde nedochází a případné rodičovství je řešeno pouze asistovanou reprodukcí.

V této souvislosti hrozí až celkové společenské a vztahové vykořenění, kdy člověk upřednostňuje virtuální setkávání před reálnými, zřídka se vyskytuje na veřejnosti, je připojen několik hodin denně k internetu, mění si s ostatními pornografické obrázky, videa a komiksy a nechce mít s normálním sexem či vztahem nic společného.

V širších souvislostech pak takováto absence reálných vztahů může vést k celkové nižší porodnosti a stárnutí populace, jež má většinou za následek nižší objem pracovní síly a nedostatečný tok prostředků do sociálního systému. Podobná restrukturalizace společenského paradigmatu rodiny ve prospěch „singles“ jedinců tak může vést i k ekonomickým změnám.

Závěr

Tato rigorózní práce se věnovala problematice vlivu pornografie, potažmo pornografického průmyslu, na rozvoj nových technologií a jejich etablování se na trhu. Tyto souvislosti přitom odhalila na analýzách konkrétních technologií, jejichž tempo společenské adaptace mohlo či může být závislé právě na poptávce po pornografických produktech. Zároveň se zabývala vlivy pornograficko-technologického vztahu na podobu lidské společnosti, když reflektovala změny, které tento vztah znamenal pro vnímání tělesnosti a soukromí, a nastínila možné budoucí trendy vývoje tohoto vztahu.

Výroba pornografie je obecně levnější a rychlejší než produkce jiného obsahu využívající stejného média. Díky velké poptávce a stále snadnější distribuci obsahu se proměnila a specializovala nejen podoba samotných pornografických žánrů, ale i jejich spotřebitelů. Konzumenti chtějí tvořit a producenti naopak rádi konzumují. Tato demokratizace pornografie je jedním ze znaků decentralizace komunikace jako trendu společenské proměny. Z těchto důvodů je pornografie neuvěřitelně plodným odvětvím z hlediska počtu jednotlivých typů obsahu. Experimentátorská a dynamická podstata pornografie pak sama inklinuje k využití nejnovějších možností.

V této rigorózní práci tak bylo na analýzách jednotlivých technologií prokázáno, že pornografie (či chcete-li pornografický průmysl) jde ruku v ruce s technologickými výdobytky doby, a často se stane i jejich hybnou silou. Nemusí být přitom u jejich vynálezu, někdy jednoduše stačí uchopit prvotní myšlenku a vhodně ji aplikovat. Pornografie zároveň nese stigma nepřipustného, nelegálního či přinejmenším neveřejného a tato společenská tabuizace byla rozpoznána jako jeden z klíčových faktorů při rozvoji nových technologií a postupů. Na rozdíl od ostatních veřejně publikovaných sfér totiž musí pornografický průmysl stále nalézat nové cesty ke svému konzumentovi. Jednak aby se vyhnul případným cenzorům, či kontrolorům morálky, jednak aby uspokojil požadavky svého klienta, který by raději zůstal skryt před zraky okolní společnosti. Zároveň se díky zmíněné negativní pověsti nemusí pornografický průmysl bát o svojí reputaci a tak si může dovolit riskovat daleko více než ostatní odvětví.

Zpřístupnění nových anonymnějších cest distribuce pornografických materiálů k zákazníkovi má za následek masivní poptávku po těchto produktech. Samotná poptávka ovšem producentům obsahu nezaručuje vůbec nic, pokud neexistují způsoby její konverze na peníze. Teprve správné způsoby monetizace obsahu dovolují generovat z vysoké poptávky příslušné zisky. V rigorózní práci je tato problematika podrobně rozebrána především v rámci kapitoly týkající se Internetu, kde právě pornografický průmysl dokázal poprvé transformovat „neforemný“ kyberprostor ve fungující trh a umožnil mimo jiné i první online platby.

Díky podobným inovativním přístupům a obchodním praktikám získává pornografický průmysl potřebný kapitál pro vývoj či pořízení nových technologií. Tyto technologie a související postupy se pak nebojí masově využívat již v jejich počátcích, kdy ostatní skupiny teprve vyčkávají na reakce trhu a společnosti, vědom si faktu, že poptávka po pornografických produktech bude stimulovat zákazníka k adaptování se na potřebnou technologickou úroveň. Samotný tržní podíl produktů pornografického průmyslu pak může rozhodovat ve prospěch jedné z technologií ve chvíli, kdy spolu soupeří srovnatelné či podobné technologie, jak bylo v rámci rigorózní práce prokázáno analýzou trhu s kazetovými videorekordéry.

Pokud se tedy oprostíme od morálních, trestně-právních či výchovných aspektů pornografie, které i dnes vzbuzují řadu kritiky, musíme brát v potaz ekonomickou sílu pornografického průmyslu, neboť jeho nynější celosvětový obrat je zhruba stejný jako celosvětový roční obrat firmy Apple či celkové roční HDP Slovenska (60. největší ekonomika světa). Tento silný ekonomický statut pornografie lze totiž považovat za hybnou sílu nejen v současném, ale i v budoucím technologickém vývoji.

Bezprecedentní přístup k pornografii přitom sebou přinesl i nové příležitosti k poznávání vlastní sexuální identity, a to především v důsledku rozvoje komunikačních prostředků umožňujících kybernetický sex, jenž se stal novou formou pornografie. Tyto komunikační prostředky se staly novou bránou integrace jedince ve společnosti, když posloužily jako individualizační nástroj lidí, kteří se neztotožňovali s její normativitou. Tito lidé mohou vstupovat v anonymním virtuálním prostředí do relací, se kterými by „reálu“ nepřišli do styku. Zároveň se však kromě redefinování lidské individuality a tělesnosti mění i vztah jedinců k intimitě a soukromí, když díky anonymní masce odpadá řada dříve přirozených zábran.

Přílohy

Příloha 1 - Seznam prvních 50 filmů vydaných na videokazetách firmou Magetic Video v roce 1977

Agony and the Ecstasy, The	Hustler, The
Anastasia	King and I, The
Beneath the Planet of the Apes	Longest Day, The
Bible, The	Long Hot Summer, The
Boston Strangler, The	Love Is a Many-Splendored Thing
Boy On a Dolphin	Marriage of a Young Stockbroker, The
Bus Stop	MASH
Can-Can	Only Game in Town, The
Carmen Jones	Panic in Needle Park, The
Cleopatra	Paper Chase, The
Day the Earth Stood Still, The	Patton
Desert Fox, The	Razor's Edge, The
Detective, The	Robe, The
Doctor Dolittle	Sand Pebbles, The
Fantastic Voyage	Seven Year Itch, The
Farewell to Arms, a	Song of Bernadette, The
French Connection, The	State Fair
From the Terrace	Those Magnificent Men in Their Flying Machines
Gentlemen Prefer Blondes	Three Coins in the Fountain
Grapes of Wrath, The	Tora! Tora! Tora!
Hello, Dolly	Valley of the Dolls
Hombre	Vanishing Point
Hot Rock, The	Von Ryan's Express
How Green Was My Valley	Voyage to the Bottom of the Sea
How to Marry a Millionaire	
How To Steal a Million	

Příloha 2 - Výsledky tematické analýzy 200 nejhledanějších výrazů na serveru Yahoo! z října 1996

Tematický okruh	Procentní podíl	Počet hledání
Pornografie a Sex	41,62%	6688940
Počítače a Elektronika	12,81%	2059300
Geografie a Cestování	6,91%	1110400
Hudba	5,12%	823360
Sport	4,74%	761820
Hry a Volný čas	4,05%	650420
Chat	3,75%	602880
Zprávy	3,81%	611520
Film	3,39%	544340
Zaměstnání	1,72%	275760
Animovaný film a Komiks	1,63%	262160
Finance, Reality a Podnikání	1,27%	203580
Automobily	1,10%	177080
Politika	1,10%	176400
Móda	1,02%	163560
Vtipy	1,01%	161900
Ostatní	4,96%	796280

Analyzováno na základě dat zveřejněných na Eyescream.com, 1997

Příloha 3 - Nejvýraznější rozdíly v principech podnikání v pornografickém průmyslu online a offline

	Offline	Online
Produkt	užší „mainstreamovější“ výběr	širší nabídka nejen žánrová, ale i v rámci forem, anonymnější přístup, flexibilnější přístup
Cena	vyšší, pokrývá i marže distributora a prodejce, omezená na jednotku (časopis, film) či titulovou řadu (předplatné)	nižší v rámci jednotky, flexibilní formy předplatného (neomezené na specifický typ produktu, titulovou řadu)
Distribuce	časově a ekonomicky náročnější	flexibilní, levnější, lze bez prostředníků
Podpora prodeje	reklama v omezené míře (specializované obchody a magazíny), venkovní reklama minimálně	reklama není tolik omezena, využívá i nestandardní techniky - nákup internetového provozu, pagejacking, instalace malware, apod.

Seznam použitých zdrojů

- ABRAMS, Randy, 2010. *What is Adult Traffic Trading* [online]. ESET, 28 Dec 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://blog.eset.com/2010/12/28/what-is-adult-traffic-trading/>.
- ABRAMSON, P. R. a MECHANIC, B. A., 1983. Sex and the Media : Three Decades of Best-Selling Books and Major Motion Pictures. *Archives of Sexual Behavior*. vol. 12, no. 3, s. 185-206. ISSN 0004-0002.
- Adafruit, 2010. *The bounty is now \$3k : "Software giant says engineer's linking of camera-based system to Windows 7 PC does not constitute hacking"* [online]. Adafruit Industries, 08 Nov 2010 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.adafruit.com/blog/2010/11/08>.
- Admin, 2010. *Ipad Porn Site Html 5 Video Is Now Live!* [online]. iPadporn.com, 03 Apr 2010 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://ipadporn.com/news/2010/04/03/ipad-porn-site-html-5-video-is-now-live/>.
- Adult Verification System, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 16 June 2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Adult_Verification_System.
- Affiliate Marketing, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 8 August 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Affiliate_Marketing.
- ALLEN, Mike; D'ALESSIO, D. A. V. E.; BREZGEL, Keri, 1995. A Meta-Analysis Summarizing the Effects of Pornography II : Aggression After Exposure. *Human communication research*, vol. 22, no. 2, s. 258-283. ISSN 1468-2958.
- Amazon, 2012 [online]. Amazon.com, Inc, c1996-2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.cecash.com/New_Cecash3/index.php.
- ANTHONY, Sebastian, 2012. *Just how big are porn sites?* [online]. New York : Ziff Davis Inc., 4 Apr 2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.extremetech.com/computing/123929-just-how-big-are-porn-sites/>.

- AP, 2005. *George Atkinson, video rental pioneer, dies at 69* [online]. USA Today, 8 Mar 2005 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.usatoday.com/money/media/2005-03-08-obit-atkinson_x.htm.
- Application Service Provider, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 8 August 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Application_Service_Provider.
- ATTWOOD, Feona, 2002. Reading porn: The paradigm shift in pornography research. *Sexualities*, vol. 5, no. 1, s. 91-105. ISSN 1363-4607.
- ATTWOOD, Feona, 2006. Sexed up: Theorizing the Sexualization of Culture. *Sexualities*, vol. 9, no. 1, s. 77–94. ISSN 1363-4607.
- ATTWOOD, Feona, 2007. No Money Shot? Commerce, Pornography and New Sex Taste Cultures, *Sexualities*, vol. 10, no. 4, s. 441–56. ISSN 1363-4607.
- BALIO, Tino, 2012. *Betamax case* [online]. Chicago : The Museum of Broadcast Communications, c2012. [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=betamaxcase>.
- BARSS, Patchen, 2010. *The erotic engine : how pornography has powered mass communication, from Gutenberg to Google*. St Lucia, Qld. : University of Queensland Press. 310 s. ISBN 978-0-7022-3866-6.
- BARSS, Patchen, 2011. *Ten indispensable technologies built by the pornography industry* [online]. Jun 2011 [cit. 2012-07-21]. Dostupný z WWW: <http://enterprisefeatures.com/2011/06/ten-indispensable-technologies-built-by-the-pornography-industry/>.
- BARTONÍČEK, Prokop, 2008. *Vibrator* [online]. Praha, c2008 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.prokopbartonicek.com/?page_id=167.
- BERGNER, R.; BRIDGES, A., 2002. The significance of heavy pornography involvement for romantic partners : Research and clinical implications. *Journal of Sex and Marital Therapy*, vol. 28, s. 193–206. ISSN 1521-0715.
- BETH, 2013. *30% Of Single Japanese Men Have Never Dated A Woman* [online]. japanCrush.com, 3 Apr 2013 [cit. 2013-11-12]. Dostupný z WWW: <http://www.japancrush.com/2013/stories/30-of-single-japanese-men-have-never-dated-a-woman.html>.

- *Billboard*, 1963. Cincinnati, Ohio : Billboard Pub. Co., 1963-. ISSN 0006-2510.
- BILTON, Nick, 2011. *i Live in the Future & Here's How It Works : Why Your World, Work & Brain Are Being Creatively Disrupted*. 1st ed. New York : Crown Business. 304 s. ISBN 978-0307591128.
- BLANCHARD, R., 1993. The she-male phenomenon and the concept of partial autogynephilia. *Journal of Sex & Marital Therapy*. vol. 19, i. 1, s. 69-76. ISSN 0092-623X.
- BLOCH, Michael, 2007. *Historical pricing for banner ads* [online]. Michael Bloch & Taming the Beast.net, 25 Jul 2007 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.tamingthebeast.net/blog/web-marketing/banner-ad-prices-0707.htm>.
- Blue Player, 2007. The good old days : i said i would never come back, porn is addictive. In: *GoFuckYourself.com : Adult Webmaster Forum* [online]. 06-30-2007, 01:25 AM [cit. 2012-07-10]. Dostupný z WWW: <http://gfy.com/showthread.php?t=747375>.
- BLUE, Violet, 2009. *Teledildonics Products and Teledildonic Devices* [online]. 3 Nov 2009 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.tinybubbles.com/teledildonics>.
- BOGARET, A. F., 2001. Personality, individual differences, and preferences for sexual media. *Archives of Sexual Behavior*, vol. 30, no. 10, s. 29–44. ISSN 0004-0002.
- BOLTER, J. David; GRUSIN, Richard A., 2000. *Remediation: Understanding new media*. mit Press. 295 s. ISBN 978-0-262-02452-5.
- BONNINGTON, Christina, 2012. *Why 3D TV Went From CES Darling to Consumer Reject* [online]. San Francisco : Condé Nast Publications, 5 Jan 2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.wired.com/gadgetlab/2012/01/state-of-3-d-technology/>.
- BRIDGES et al., 2003. Romantic partners' use of pornography : Its significance for women. *Journal of Sex & Marital Therapy*, vol. 29, s. 1–14. ISSN 1521-0715.
- BROTMAN, Shari L. a LÉVY, Joseph Josy, 2008. *Intersections : Cultures, Sexualités Et Genres*. Québec : PUQ. 474 s. ISBN 978-2-7605-1581-9.

- BROWN, Bruce C., 2009. *The Complete Guide to Affiliate Marketing on the Web : How to Use and Profit from Affiliate Marketing Programs*. Ocala, Fla. : Atlantic Pub. Group. 384 s. ISBN 978-1-6013-8125-5.
- BROWNE, Courtenay, 2000. *Vcr development, diffusion and impact* [online]. Glendale : SMECC, 15 Dec 2000. [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.smecc.org/video/vcr_development_diffusion_impact.pdf.
- Bulletin Board System, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 3 August 2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Bulletin_board_system.
- BUSCIGLIO, Rick, 2009. *Mrs. Sammy Davis Jr. has die* [online]. Clarity Digital Group LLC, 16 Mar 2009. [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.examiner.com/article/mrs-sammy-davis-jr-has-died>.
- CANTER, Laurence a SIEGEL, Martha, 1995. *How to Make a Fortune on the Information Superhighway: Everyone's Guerrilla Guide to Marketing on the Internet and Other On-Line Services*. New York : HarperCollins Publishers. 240 s. ISBN 978-0-0627-2065-8.
- CARTER, Jamie, 2011. *Are glasses killing 3D TV?* [online]. Bath : Future Publishing Limited, 8 Sep 2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.techradar.com/news/television/are-glasses-killing-3d-tv-1018967>.
- CAVAGLION, Gabriel; RASHTY, Etty, 2010. Narratives of suffering among Italian female partners of cybersex and cyber-porn dependents. *Sexual Addiction & Compulsivity*, vol. 17, no. 4, s. 270-287. ISSN 1072-0162.
- *CECash*, 2007 [online]. Cybererotica, c2007 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.cecash.com/New_Cecash3/index.php.
- Clickjacking, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 6 August 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Clickjacking>.
- CLOVER, Julian, 2011. *Penthouse adds second 3D channel* [online]. Broadband TV News, 17 May 2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.broadbandtvnews.com/2011/05/17/penthouse-adds-second-3d-channel/>.

- COHEN, Jeffrey, 1989. Whatever Happened to Betamax?. *Consumers Research*. May 1989, vol. 72, issue 5, s. 28-29. ISSN 0095-2222.
- COLLIER, Anne, 2002. *Canning spam : The latest resources* [online]. Net Family News, 19 Jul 2002 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.netfamilynews.org/nl020719.html>.
- COLLIER, David, 1998. *Just the Facts : a Decade of Comic Essays*. Montreal : Drawn & Quarterly. 80 s. ISBN 1-8965-9725-4.
- COLLINS, Shawn, 2000. *History of Affiliate Marketing* [online]. New York: Incisive Interactive Marketing LLC, 10 Nov 2000 [online]. Affiliates4u, Sep 2011[cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.clickz.com/clickz/column/1699440/history-affiliate-marketing/>.
- Color Climax Corporation, 1977. *Film Index '77*. Copenhagen : Color Climax Corporation. 63 s.
- Computer History Museum, 2010. *Advertisement on O'Reilly's Global Network Navigator (GNN)* [online]. c2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.computerhistory.org/revolution/the-web/20/392/2355>.
- Consumer Electronics Association, 2005. *Digital America : History - VCR* [online]. Consumer Electronics Association [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.ce.org/Press/CEA_Pubs/941.asp.
- COOK, Ian, 2006. Western heterosexual masculinity, anxiety, and web porn. *The Journal of Men's Studies*, vol. 14, no. 1, s. 47-63. ISSN 1060-8265.
- COOK, James, 1978. The X-Rated Economy. *Forbes*. September 18, 1978, no. 6, s. 81-92. ISSN 0015-6914.
- COOKSON, Guy, 2011. *The World's first banner ad Clicked-through at 78% : Compared with 0.07% today* [online]. Affiliates4u, Sep 2011[cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.affiliates4u.com/news/2011/09/worlds-first-banner-ad-clicked-through-78-compared-007-today/>.
- COOPERSMITH, Jonathan, 1998. Pornography, Technology, and Progress. *ICON*. vol. 4, s. 94-125. ISSN 1183-6962.
- COOPERSMITH, Jonathan, 1999. The Role of the Pornography Industry in the Development of Videotape and the Internet. In *Women and Technology : Historical, Societal, and Professional Perspectives : IEEE International*

Symposium on Technology and Society 1999 (ISTAS '99). New Brunswick, NJ: IEEE, s. 175-182. ISBN 978-0-7803-5617-9.

- COOPERSMITH, Jonathan, 2006. Does Your Mother Know What You Really Do? : The Changing Nature and Image of Computer-Based Pornography. *History and Technology*. March 2006, vol. 22, no. 1, s. 1-25. ISSN 0734-1512.
- CROTTY, Cameron, 1996. Revolution will be netcast. *Macworld*. October 1996, vol. 13, issue 10, s. 153-155. ISSN 0741-8647.
- CUSUMANO, Michael A., MYLONADIS, Yiorgos a ROSENBLOOM, Richard S., Strategic Maneuvring and Mass-Market Dynamics: The Triumph of VHS over Beta. *The Business History Review*. Spring, 1992, vol. 66, no. 1, s. 51-94. ISSN 0007-6805.
- *Cybererotica Webmaster Tour*, 1999 [online]. Cybererotica, c1999 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.cybererotica.com/money/promo/tour/index.htm>.
- DAVENPORT, Blaise; Cronin, Elisabeth, 2001. E-rogenous zones : Positioning pornography in the digital economy. *The Information Society*, vol. 17, no. 1, s. 33-48. ISSN 0197-2243.
- DAVISON, W. Phillips, 1983. The third-person effect in communication. *Public opinion quarterly*, vol. 47, no. 1, s. 1-15. ISSN 0033-362X.
- DEGENEVIEVE, Barbara. 2007. Ssspread. com: The hot bods of queer porn. In *C'Lick Me : A Netporn Studies Reader*, Amsterdam : Institute of Network Cultures. ISBN 978-90-78146-03-2.
- DELMONICO, D., 2002. Sex on the superhighway: Understanding and treating cybersex addiction. In CARNES, P. & ADAMS, K. (ed.). *Clinical management of sex addiction*, New York : Brunner-Routledge. s. 239–254. ISBN 978-1-58391-361-1.
- DIAMOND, Milton. Pornography, public acceptance and sex related crime: A review. *International Journal of Law and Psychiatry*, 2009, vol. 32, no. 5, s. 304-314. ISSN 0160-2527.
- DILLON, Jeff, 2010. *GAMELINK Announces More Than 7500 Of Its Premium Adult Movies Available In IPad Ready Format* [online]. Private Media Group, 11 Feb 2010 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW:

<http://www.prvt.com/2010/02/gamelink-announces-more-than-7500-of-its-premium-adult-movies-available-in-ipad-ready-format/>.

- Dot-com bubble, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 31 July 2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Dot-com_bubble.
- DUNN, John E., 2012. *Android users targeted by premium-rate SMS malware* [online]. IDG, 14 May 2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://news.techworld.com/security/3357503/android-users-targeted-by-premium-rate-sms-malware/>.
- EDWARDS, Steven M.; LI, Hairong; LEE, Joo-Hyun, 2002. Forced exposure and psychological reactance : Antecedents and consequences of the perceived intrusiveness of pop-up ads. *Journal of Advertising*, no. 31, vol. 3, s. 83-95. ISSN 0091-3367.
- EIA, 1986. *Consumer Electronics : U.S. Sales*. [s.l.] : Electronic Industries Association, Consumer Electronics Group. 44 s.
- ENOS, Lori, 2000. *U.S. Settles Adult Web Fraud Case* [online]. ECT News Network, 25 Jul 2000 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.technewsworld.com/story/3866.html>.
- Entertainment Merchants Association, 2007. *Industry History : a History of Home Video and Video Game Retailing* [online]. Encino : Entertainment Merchants Association, c2007. [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.entmerch.org/press-room/industry-history.html>.
- ESCOFFIER, J., 2011. Imagining the She/Male: Pornography and the Transsexualization of the Heterosexual Male. *Studies in Gender and Sexuality*. vol. 12, no. 4, s. 268-281. ISSN 1524-0657.
- ESTIENNE, Yannick, 2008. *Le journalisme après Internet*. Paris : l'Harmattan. 313 s. ISBN 978-2-2960-4588-0.
- Eyescream.com, 1997. *Yahoo! Top 200 Search Words* [online]. Portland : Eyescream.com, c1996-1997 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://web.archive.org/web/19970502094027/http://www.eyescream.com/yahoootop200.html>.

- *Family Video* [online]. c2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: <http://www.familyvideo.com/index.php>.
- FERGUSON, Christopher J.; HARTLEY, Richard D., 2009. The pleasure is momentary... the expense damnable? : The influence of pornography on rape and sexual assault. *Aggression and Violent Behavior*, vol. 14, no. 5, s. 323-329. ISSN 1098-2337.
- FLECKENSTEIN, William a SHEEHAN, Frederick, 2008. *Greenspan's Bubbles : The age of ignorance at the Federal Reserve*. New York : McGraw-Hill. 194 s. ISBN 978-0-0715-9158-4.
- Florida Supreme Court, 1999. *In the Supreme Court for the State of Florida : Case no. 94,335* [online]. Florida Supreme Court. 3 Feb. 1999 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.floridasupremecourt.org/education/cybercourt/1999-2000/september/briefan.html>.
- FORD, Luke, 1999. *a history of X : 100 years of sex in film*. Amherst : Prometheus Books. 252 s. ISBN 978-1-5739-2678-2.
- FREYERMUTH, G., 1998. CyberArt Now!. *c't – Magazin für Computertechnik*. vol. 98, no. 17, s. 76. ISSN 0724-8679.
- FTC, 2001. *Web Crammers Settle FTC Charges* [online]. Washington : FTC, 26 Sep 2001 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.ftc.gov/opa/2001/09/rjb1.shtm>.
- GALBRAITH, P. W., 2014. Otaku sexuality in Japan. In MCLELLAND, M. J. (ed.). *Routledge handbook of sexuality studies in East Asia*, New York : Routledge. ISBN 978-0-415-63948-4.
- *Gamelink : always turned on*, 2012 [online]. Gamelink, c1997 - 2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.gamelink.com/main.jhtml>.
- GANAPATI, Priya, 2010. *June 4, 1977 : VHS Comes to America* [online]. San Francisco : Condé Nast Publications, 4 Jun 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.wired.com/thisdayintech/2010/06/0604vhs-cs/>.
- GARLICK, Steve, 2010. Taking control of sex? Hegemonic masculinity, technology, and internet pornography. *Men and Masculinities*, vol. 12, no. 5, s. 597-614. ISSN 1097-184X.

- GLASSER, Perry, 1995. Love, Sex, & Power on the Cyber Frontier. *The North American Review*. Sep. - Oct. 1995, vol. 280, no. 5, s. 44-49. ISSN 0027-1276.
- GLIDEWELL, R, 2000. Business lessons from online porn. *Upside*. April 2000, vol. 12, issue 4, s. 194-208. ISSN 1052-0341.
- GOLDMAN, J. D. G., & TORRISI-STEEL, G., 2005. Pedagogical design considerations in sex education on interactive multimedia using CD-Rom : an example of sexual intercourse. *Sex Education*. vol. 5, no. 2, s. 189-214. ISSN 1468-1811.
- GOODSON, Patricia; MCCORMICK, Deborah; EVANS, Alexandra, 2001. Searching for sexually explicit materials on the Internet : An exploratory study of college students' behavior and attitudes. *Archives of Sexual Behavior*, vol. 30, no. 2, s. 101-118. ISSN 1573-2800.
- GOOLD, P. C., BUSTARD, S., FERGUSON, E., CARLIN, E. M., NEAL, K., & BOWMAN, C. A., 2006. Pilot Study in the Development of an Interactive Multimedia Learning Environment for Sexual Health Interventions : A Focus Group Approach. *Health Education Research*. vol. 21, no. 1, s.15-25. ISSN 0268-1153.
- GRANT, August E. a MEADOWS, Jennifer H., 2009. *Communication Technology Update and Fundamentals*. Burlington : Elsevier Science. 364 s. ISBN 978- 0-0809-2797-8.
- GRAY, Daniel, 2000. *The Complete Guide to Associate & Affiliate Programs on the Net: Turning Clicks Into Cash*. 1st ed. New York : McGraw-Hill Trade. 227 s. ISBN 978-0-0713-5310-6.
- GREENBERG, Joshua M., 2008. *From Betamax to Blockbuster: Video Stores and the Invention of Movies on Video*. Cambridge : MIT Press. 216 s. ISBN 978-0-2620-7290-8.
- GREENWALD, Will, 2012. *3D TV Without Glasses Just Isn't Happening*[online]. New York : Ziff Davis Inc., 31 May 2012 [cit. 2012-07-31].
Dostupný z WWW:
<http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2404896,00.asp>.
- GRIFFITHS, M., 2001. Sex on the Internet : Observations and implications for Internet sex addiction. *Journal of Sex Research*, vol. 38, s. 333–342. ISSN 0022-4499.

- GRIMM, Nick, 2004. *Study concludes porn can be good for you* [online]. ABC, 17 Aug 2004 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.abc.net.au/worldtoday/content/2004/s1178524.htm>.
- GRUENWEDEL, Erik, 2011. *NPD : Consumer Indifference Toward 3D Rises* [online]. Questex Media Group LLC., 27 Jul 2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.homemediamagazine.com/3d/npd-consumer-indifference-toward-3d-rises-24607>.
- HACHMAN, Mark, 2012. *Porn Industry Thinks Its Future Is in Tablets, Not 3D* [online]. New York : Ziff Davis Inc., 29 Feb 2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2401017,00.asp>.
- HALAVASIS, A., 2005. Small pornographies. SIGGROUP Bulletin, vol. 25, no. 2, s. 19–22. ISSN 2372-7403.
- HAMMER, Patrick et al., 2007. *Sony Betamax : Case Analysis* [online]. Lausanne : EPFL, 14 Jan 2007 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://wiki.epfl.ch/sony/documents/doc/case%20analysis%20betamax%20final.pdf>.
- HARDY, Simon, 2008. The pornography of reality. Sexualities, vol. 11, no. 1-2, s. 60-64. ISSN 1363-4607.
- HARMON, Amy, 1997. *Virtual Sex, Lies and Cyberspace* [online]. Los Angeles : Los Angeles Times, 10 April 1997 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://articles.latimes.com/1997-04-10/news/mn-47229_1_america-online-chat-rooms.
- HARPER, Nigel, 1997. Consumer interactivity in Cambridge. In: *Multimedia Applications, Services and Techniques : ECMAST '97, Second European Conference, Milan, Italy, May 21-23, 1997*. Berlin : Springer, s. 581-592. Lecture notes in computer science, vol. 1242/1997. ISBN 3-540-63078-3.
- HARPERCOLLINS, 2011. Collins English dictionary & thesaurus. Glasgow : HarperCollins. 986 s. ISBN 978-0-00-733746-0.
- HARRIS, Paul, 1984. Supreme Court O.K.'s Home Taping : Approve Time Shifting for Personal Use. *Variety*. 18 June 1984. ISSN 0042-2738.
- HARRISON, Ann, 2002. *Is your computer under surveillance?* [online]. Network World, 12 Jun 2002 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.networkworld.com/newsletters/fileshare/2002/01383309.html>.

- HART, Richard, 2007. *Hollywood Cracking Down On Movie Piracy* [online]. San Francisco : ABC, 5 Apr 2007 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://abclocal.go.com/kgo/story?id=5184124>.
- HÁTLOVÁ, Běla, 2005. Tělesnost. Levret [online]. 2005 [cit 04.09.2013]. Dostupné z: <http://www.levret.cz/publikace/casopisy/mb/2005-8/?pdf=74>
- Haworth, A., 2013. *Why have young people in Japan stopped having sex?* [online]. The Guardian, 20 Oct 2013 [cit. 2013-11-12]. Dostupný z WWW: <http://www.theguardian.com/world/2013/oct/20/young-people-japan-stopped-having-sex>.
- HEBDITCH, David a ANNING, Nick, 1988. *Porn Gold : Inside the Pornography Business*. London : Faber. 401 s. ISBN 0-5711-4683-X.
- HEIDENRY, John, 1997. *What Wild Ecstasy : The Rise and Fall of the Sexual Revolution*. 1st ed. New York : Simon & Schuster. 448 s. ISBN 978- 0-6848-1037-9.
- HEIN, Andy, 2010. *Total Rewind : The Virtual Museum of Vintage VCRs* [online]. c1994 - 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.totalrewind.org/infodesk.htm>.
- HERBENICK, D., REECE, M., SCHICK, V., SANDERS, S. A., DODGE, B., & FORTENBERRY, J. D., 2010. Sexual Behavior in the United States: Results from a National Probability Sample of Men and Women Ages 14-94. The Journal of Sexual Medicine. vol. 7, no. 5, s. 255-265. ISSN 1743-6095.
- HILLIER, Lynne; HARRISON, Lyn, 2007. Building realities less limited than their own : Young people practising same-sex attraction on the internet. Sexualities, vol. 10, no. 1, s. 82-100. ISSN 1363-4607.
- HINDELL, Ingrid, 2011. *Where i may not be if i had had Cybersex or you can* [online]. Onethousandvoices, 29 Sep 2011 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://1000voices.edu.au/where-i-may-not-be-if-i-had-had-cybersex-or-you-can>.
- HOFACKER, Charles F. a MURPHY, Jamie, 2000. Clickable world wide web banner ads and content sites. *Journal of interactive marketing*. Winter 2000, vol. 14, issue 1, s. 49-59. ISSN 1520-6653.

- HOFFMANN, Kay, 1990. *Am Ende Video - Video am Ende? Aspekte der Elektronisierung der Spielfilmproduktion*. Berlin : Edition Sigma. 331 s. ISBN 3-9248-5993-0.
- HOPKINS, P. D., 1998. *Sex/machine: readings in culture, gender, and technology*. Bloomington, Indiana University Press. 510 s. ISBN 0-253-21230-8.
- HTTP Cookie, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 10 August 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/HTTP_cookie.
- HUGHES, Donna M., 2004. Prostitution online. In: FARLEY, Melissa, ed. *Prostitution, Trafficking, and Traumatic Stress*. Binghampton : Haworth Press, s. 115 - 132. ISBN 978- 0-7890-2379-7.
- HUGHES, Donna Rice, 2000. *Senate Hearing : Keeping Children Safe From Internet Predators* [online]. Health, Education, Labor and Pensions Subcommittee on Children and Families, 28 Mar 2000 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.authorstream.com/Presentation/Coralie-27240-SenateHearing2000-Appendix-Children-Deserve-PROTECTING-FAMILIES-CYBERSPACE-Benefits-Internet-Chil-as-Entertainment-ppt-powerpoint/>.
- CHAN, S. L.; JAAFAR, A, 2009. Usage-Centered Design Approach in Design of Malaysia Sexuality Education (MSE) Courseware. In: *Visual Informatics: Bridging Research and Practice*. Springer : Heidelberg. s. 856-867. ISBN 978-3-642-05036-7.
- CHERIAN, Vijaya, 2009. *US, Japan to drive 3D content demand : Futuresource* [online]. Dubai : ITP Business Publishing Ltd., 21 Jun 2009 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.digitalproductionme.com/article-1439-us-japan-to-drive-3d-content-demand-futuresource/>.
- CHMELÍK, J., 2003. *Mravnost, pornografie a mravnostní kriminalita*. Praha : Portál. 201 s. ISBN 978-80-7178-739-6.
- CHOCHOLA, M., 2004. *Podívám se a vidím : kriteria subjektivního určování hranice mezi erotikou a pornografií*. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Katedra psychologie. Vedoucí práce Petr Weiss.

- *IAFD : Movies and Pornstars Database*, 2012 [online]. IAFD.com, c2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: <http://www.iafd.com>.
- *iFriends*, 2012 [online]. WebPower, c1998 - 2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.ifriends.net/>.
- IMBER, Jane a TOFFLER, Betsy-Ann, 2010. *Dictionary of Marketing Terms*. 3rd ed. New York : Barron's Educational Series, Inc. 640 s. ISBN 978-0-7641-1214-0.
- *IMDb : Movies, TV, and Celebrities*, 2012 [online]. Seattle : IMDb.com, Inc., c1990-2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: <http://www.imdb.com>.
- Investor Guide, 2012. *InvestorGuide Research Tool* [online]. InvestorGuide.com, c2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.investorguide.com/stock-research.php>.
- Irdeto, 2011. *Irdeto acquires Baytsp* [online]. Irdeto, 24 Oct 2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://irdeto.com/irdeto-acquires-baytsp.html>.
- JÍLEK, Josef, 2009. *Akciové trhy a investování*. Praha: Grada. 656s. ISBN 978-8-0247-2963-3.
- JOHNSON, Drew, 2013. *The benefits of Internet porn* [online]. Daily Caller, 08 Mar 2013 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://dailycaller.com/2013/08/03/the-benefits-of-internet-porn/>.
- JOHNSON, P., 1996. Pornography Drives Technology: Why Not to Censor the Internet. *Federal Communication Law Journal*. vol. 49, issue 1, s. 217-226. ISSN 0163-7606.
- KASÍK, Pavel, 2007. *Pozor na překlepy. Nenechte vydělávat internetové únosce* [online]. Praha: Mafra, 13 června 2007 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://technet.idnes.cz/pozor-na-preklepy-nenechte-vydelavat-internetove-unosce-pzb-/sw_internet.aspx?c=A070611_124031_sw_internet_pka.
- Kaspersky Lab, 2012. *Kaspersky Security Bulletin : Spam Evolution 2011*[online]. Moscow : Kaspersky Lab ZAO, 1 Mar 2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.securelist.com/en/analysis/204792219/Kaspersky_Security_Bulletin_Spam_Evolution_2011#16.

- KLEINMAN, Alexis, 2013. *Professional Glass Porn Is Here And Google Can't Stop It* [online]. The Huffington Post, 24 Jul 2013 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.huffingtonpost.com/2013/07/24/google-glass-porn_n_3644321.html.
- KLUITENBERG, E., 2006. The book of imaginary media: excavating the dream of the ultimate communication medium. Rotterdam : De Balie. 296 s. ISBN 90-5662-539-X.
- KNOPPER, Steve, 2009. *Napster wounds the giant* [online]. Denver : The E.W. Scripps Co., 2 Jan 2009 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.rockymountainnews.com/news/2009/jan/02/napster-wounds-the-giant/>.
- KORZENIOWSKI, Paul, 1998. Streaming Media Battle Takes Shape. *Computer Reseller News*, September 21, 1998, issue 808, s. 108. ISSN 0893-8377.
- KOZÁKOVÁ, Z., 2007. Sexualitou osob s mentálním postižením. In VALENTA, M. et kol. *Psychopedie – teoretické základy a metodika*. Praha: Parta s. r. o., 2007. ISBN 978-80-7320-099-2.
- KOZMETSKEY, George a YUE, Piyu, 2005. *The economic transformation of the United States, 1950-2000 : focusing on the technological revolution, the service sector expansion, and the cultural, ideological, and demographic changes*. Indiana : Purdue University Press. 520 s. ISBN 978-1-5575-3343-2.
- KUBELKA, Martin a VANĚČEK, Matěj, 2010. *The Role of (Virtual) Sex in Videogaming*. Prague, 31-12-2010. Seminární práce. Charles University in Prague, Faculty of Arts, New Media Studies, Video Games as a Sociocultural Phenomenon.
- KUTCHINSKY, Berl, 1991. Pornography and rape: Theory and practice? : Evidence from crime data in four countries where pornography is easily available. *International Journal of Law and Psychiatry*, vol. 14, no. 1, s. 47-64. ISSN 0160-2527.
- Kyodo, 2013. *Japan's fertility rate logs 16-year high, hitting 1.41*. [online]. The Japan Times, 6 Jun 2013 [cit. 2013-11-12]. Dostupný z WWW: <http://www.japantimes.co.jp/news/2013/06/06/national/japans-fertility-rate-logs-16-year-high-hitting-1-41/#.UoKSsodSQkD>.

- LAIER, Christian, et al., 2013. Cybersex addiction : Experienced sexual arousal when watching pornography and not real-life sexual contacts makes the difference. *Journal of Behavioral Addictions*, vol. 2, no 2, s. 100-107. ISSN 2063-5303.
- LANE, Frederick S., 1999. *Obscene Profits : The Entrepreneurs of Pornography in the Cyber Age*. New York : Routledge. 336 s. ISBN 978- 0-4159-2096-4.
- LANGMAN, Lauren, 2008. Punk, Porn and Resistance Carnivalization and The Body in Popular Culture. *Current Sociology*, vol. 56, no. 4, s. 657-677. ISSN 0011-3921.
- LAYDEN, M. A., 2010. *The social costs of pornography : a statement of findings and recommendations*. Princeton, N. J., Witherspoon Institute. 61 s. ISBN 9814911-2-X.
- LEAVITT, Lydia, 2010. *NSFW guide to watching porn on your iPad* [online]. Techcrunch, 24 Apr 2010 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://techcrunch.com/2010/04/24/ipad-porn-private/>.
- LEIBLUM, Sandra; DÖRING, Nicola, 2002. Internet sexuality: Known risks and fresh chances for women. In *Sex and the internet: A guidebook for clinicians*, s. 19-45. ISBN 978-1-58391-355-0.
- LELLE, Travis, 2010. *Adult Content has Snuck it's Way to the iPad* [online]. Trek Media Group, 23 Apr 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.cellphonetrek.net/adult-content-has-snuck-its-way-to-the-ipad.html>.
- Leslieonline, 2010. *i hate being disabled : i love cyber sex* [online]. Experienceproject.com, 08 Nov 2010 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.experienceproject.com/stories/Hate-Being-Disabled/1263152>.
- LEVY, A., 2005. *Female Chauvinist Pigs : Women and the Rise of Raunch Culture*. New York : Free Press. 256 s. ISBN 978-0-7432-8428-8.
- LINDSEY, L., & RIVERA, P., 2004. Sexuality for women with spinal cord injury. In *Spinal cord injury infosheet*. National Institute of Disability and Rehabilitation Research. Washington, DC : U.S. Department of Education.
- List of Playboy videos, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 22 May

- 2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Playboy_videos.
- LO, V. H., PADDON, A. R., 2000. Third-person perception and support for pornography restrictions: Some methodological problems. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 12, no. 1, s. 80–89. ISSN 0954-2892.
 - LOVECRAFT, Raven, 2010. *3D porn channel launches in France* [online]. DD&M Inc., 30 Nov 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.tgdaily.com/games-and-entertainment-brief/52784-3d-porn-channel-launches-in-france>.
 - LUBOVE, Seth, 2003. *Visa's Porn Crackdown* [online]. New York : Forbes.com, 5 Jan 2003 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.forbes.com/2003/05/01/cz_sl_0501porn.html.
 - LUDERSOCKE, 2010. *Unternehmen des „Direct-to-home“-Marketingkonzeptes via Internet* [online]. 10 Jan 2010 [cit. 2012-07-21]. Dostupný z WWW: <http://ludersocke.wordpress.com/2010/01/10/unternehmen-des-„direct-to-home“-marketingkonzeptes-via-internet/>.
 - Luke is back, 1999. *Archives : Friday, May 21st, 1999* [online]. 21 May 1999 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.lukeisback.com/archives/archives/updates/990521.html>.
 - Luke is back, 2004. *Archives : Sunday, August 1, 2004* [online]. 1 Aug 2004 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.lukeisback.com/archives/updates/040801.htm>.
 - MACEK, Jakub, 2003. Tělesnost a kyberkultura. *Host - Revue pro média*. č. 05, s. 2-9. ISSN 1211-9938.
 - Magnetic Video, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 27 February 2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Magnetic_Video.
 - MALAMUTH, N. M.; ADDISON, T.; KOSS, M., 2000. Pornography and sexual aggression : Are there reliable effects and can we understand them? *Annual Review of Sex Research*, vol. 11, s. 26–94. ISSN 1053-2528.

- MALAMUTH, N. M.; PITPITAN, E. V, 2007. The effects of pornography are moderated by men's sexual aggression risk. In *Pornography: Driving the demand in international sex trafficking*, Philadelphia : Xlibris. s. 125-143. ISBN 978-1-4257-5885-1.
- Market Folly, 2009. *More on Roubini and Shiller's Dour Outlook* [online]. Seeking Alpha, 12 Mar 2009 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://seekingalpha.com/article/125756-more-on-roubini-and-shiller-s-dour-outlook>.
- MAY, David a HOSENBALL, Mark, 1981. Worldwide Tentacles of Mister Porn. *Sunday Times*. September 6, 1981, no. 8202. ISSN 0956-1382.
- MCCARTHY, Kieren, 2007. *Sex.com : one domain, two men, twelve years and the brutal battle for the jewel in the internet's crown*. London : Quercus. 280 s. ISBN 978-1-9052-0466-3.
- MCCORMICK, Jane, 2007. *Breaking My Silence: Confessions of a Rat Pack Party Girl and Sex-Trade Survivor*. 1st ed. St. Paul : Rapfire Press. 248 s. ISBN 978-1-6046-1477-0.
- McKee, A., 2002. Understanding Pornography in Australia. *Eros Journal*. 2002, vol2, issue 3, s 1-21. ISSN 0162-0193.
- MCKENNA, K. Y. A.; GREEN, A. S.; SMITH, P. K., 2001. Demarginalizing the sexual self. *Journal of Sex Research*, vol. 38, no. 4, s. 302–311. ISSN 0022-4499.
- MCLELLAND, Mark; DASGUPTA, Romit, 2005 . *Genders, transgenders and sexualities in Japan*. New York : Routledge. 245 s. ISBN 978-0-415-35370-0.
- MCNAIR, B., 1996. *Mediated Sex : Pornography and Postmodern Culture*. London: Arnold Publishers. 208 s. ISBN 978-0-340-61428-0.
- MCNAIR, B., 2002. *Striptease Culture : Sex, Media and the Democratization of Desire*. London : Routledge. 256 s. ISBN 978-0-415-23733-8.
- MEERKERK, G.-J.; VAN DEN EIJNDEN, R. J. J. M.; GARRETSEN, H. F. L., 2006. Predicting compulsive Internet use : It's all about sex! *CyberPsychology & Behavior*, vol. 9, s. 95–103. ISSN 2152-2715.
- Merchandising, 1980a. X-rated sales as high as 70% of total prerecorded market in 79. *Merchandising*. January 1980, vol. 5, s. 72. ISSN 0362-3920.

- Merchandising, 1980b. Trendings in video entertainment. *Merchandising*. March 1980, vol. 5, s. 53. ISSN 0362-3920.
- MERRIAM-WEBSTER, 2004. The Merriam-Webster dictionary. Springfield, Mass. : Merriam-Webster. ISBN 978-0-87779-930-6.
- Merrill Lynch, 1986. The Home Video Market : Times of Turbulence and Transition. In FLEER, Keith C. et al. *Following the Dollars from Retail to Net Profits - An Examination of the Business of Creating and Using Revenues from Motion Pictures and Television Programs : Eleventh Annual UCLA Entertainment Symposium*. Los Angeles : The Regents of the University of California, s. 111-113.
- MESSINA, S., 2010. Real sex: il porno alternativo è il nuovo rock'n'roll. Latina : Tunué. 110 s. ISBN 978-88-89613-94-8.
- MICK, Jason, 2013. *Google's Bid to Combat Glass Porn Proves Flaccid, Adult POV Film Airs* [online]. DailyTech, 23 Jul 2013 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW:
<http://www.dailytech.com/Googles+Bid+to+Combat+Glass+Porn+Proves+Flaccid+Adult+POV+Film+Airs/article32030.htm>.
- MIDDLETON, James, 2001. *Nine out of ten web users prefer porn* [online]. Incisive Media Investments Limited. 24 Jul 2001. [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.v3.co.uk/v3-uk/news/2002177/nine-web-users-prefer-porn>.
- MILGRAM, P., TAKEMURA, H., UTSUMI, A., & KISHINO, F., 1994. Augmented Reality: A class of displays on the reality-virtuality continuum. In *Proceedings of Telemanipulator and Telepresence Technologies*. SPIE, vol. 2351, s. 283-292. ISSN 0361-0748.
- Minitel, 2012. In *Wikipédia, l'encyclopédie libre* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , dernière modification de cette page le 6 août 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: <http://fr.wikipedia.org/wiki/Minitel>.
- MORITA, Akio, 1986. *Made in Japan*. New York : E. P. Dutton. s. 320 s. ISBN 0-4522-5987-8.

- MORRISON, T. G. et al., 2004. Correlates of exposure to sexually explicit material among Canadian post-secondary students. *The Canadian Journal of Human Sexuality*, vol. 13, no. 3–4, s. 143–156. ISSN 2291-7063.
- MOSES, Asher, 2010. *Porn studios lead the stampede into 3D TV* [online]. Melbourne : Fairfax Media, 11 Jan 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.theage.com.au/digital-life/hometech/porn-studios-lead-the-stampede-into-3d-tv-20100111-m19e.html>.
- MSN Groups, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 26 April 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/MSN_Groups.
- MÜNDEL, Peter, 1982. *Die Auswirkungen der Videomedien auf das Fernsehen*. München : Ludwig-Maximilians-Universität München. Disertační práce (Dr.). Ludwig-Maximilians-Universität München.
- MURDOCK et al., 2013. Current Research on Search and Exploration of X-rated Information. In WSDM'13 : Proceedings of the sixth ACM international conference on Web search and data mining : Rome, Italy, Feb. 4-8, 2013. s. 795-796. ISBN 978-1-4503-1869-3.
- MURRAY, Simon, 2012. *Standard definition switch off looms : press release* [online]. Harrow : Digital TV Research, 15 Jan 2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.digitaltvresearch.com/ugc/press/24.pdf>.
- *Myfreewebsite*, 2011 [online]. MyFreeWebsite.com, c2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.myfreewebsite.com/>.
- National Institute of Population and Social Security Research, 2011. *Attitudes toward Marriage and the Family among Japanese Singles: Overview of the Results of the Fourteenth Japanese National Fertility Survey (November 2011)* [online]. Tokyo : Japan, Nov 2011 [cit. 2013-11-12]. Dostupný z WWW: http://www.ipss.go.jp/site-ad/index_english/nfs14/Nfs14_Singles_Eng.pdf
- NET Messenger Service, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 25 April 2012 [cit. 2012-05-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/.NET_Messenger_Service.

- NEWMAN, B., 1997. The use of online services to encourage exploration of egodystonic sexual interests. *Journal of Sex Education and Therapy*, vol. 22, no. 1, s. 45–48. ISSN 0161-4576.
- NIRANJAN, R., 1998. Prosthetics for the mind: Augmenting the self with microelectronics. *Digital Creativity*. vol. 9, no. 1, s. 48-52. ISSN 1462-6268.
- Nomura Management School, 1984. *VTR Sangyo noto*. Nomura Management School : Tokyo. s. 44.
- NORMAN, Jeremy, 2012. *The Beginning of Video Webcasting over the Internet (June 1993)* [online]. c2012 [cit. 2012-07-21]. Dostupný z WWW: <http://www.historyofinformation.com/index.php?id=1738>
- O'TOOLE, L., 1999. *Pornocopia : Porn, Sex, Technology and Desire*. London : Serpent's Tail. 288 s. ISBN 978-1-85242-395-7.
- OATES, Mary, 2013. *Same day as Google Glass porn app is created, Google Glass bans porn* [online]. Hollywood, 04 Jun 2013 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.hollywood.com/news/celebrities/55016995/google-glass-porn-app-banned?page=all>.
- OHASHI, Hiroshi, 2003. The Role of Network Effects in the US VCR Market, 1978–1986. *Journal of Economics & Management Strategy*. Winter 2003, vol. 12, no. 4, s. 447–494. ISSN 1530-9134.
- OLMSTEAD, S., et al, 2013. Spicing It Up or Tearing It Apart? Emerging Adults' Expectations for Pornography Use in the Context of Future Committed Romantic Relationships. *Archives of Sexual Behavior*, vol. 42, s. 625-635. ISSN 1573-2800.
- PAASONEN, S. et al., 2007. *Pornification: Sex and Sexuality in Media Culture*. Oxford : Berg Publishers. 218 s. ISBN 978-1-84520-704-5.
- PAASONEN, Susanna, 2010. Labors of love: Netporn, Web 2.0, and the meanings of amateurism. *New Media & Society*, vol. 12, no. 8, s. 1297-1312. ISSN 1461-4448.
- Page Hijacking, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 20 March 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Pagejacking>.

- PANNU, Kitta, 2011. *Study: More teenagers get sexual education from porn* [online]. Daily Reveille, April 13, 2011 [cit. 04.09.2013]. Dostupné z: http://www.lsureveille.com/multimedia/study-more-teenagers-get-sexual-education-from-porn/article_7fdc77d2-cfc0-5021-a6fa-d22fdb00c478.html
- PARK, Sangin, 2004. Quantitative Analysis of Network Externalities in Competing Technologies : The VCR Case. *The Review of Economics and Statistics*. November 2004, vol. 86, no. 4, s. 937-945. ISSN 0034-6535.
- PASQUESOONE, Valentine, 2012. *L'adieu international au Minitel, "le France Wide Web"* [online]. Le Monde, 29/06/2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.lemonde.fr/technologies/article/2012/06/29/l-adieu-international-au-minitel-le-france-wide-web_1726823_651865.html.
- PAUL, Ian, 2011. *Penthouse Magazine Launches 3D Adult Programming Channel* [online]. San Francisco : IDG Consumer & SMB, 1 Mar 2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.pcworld.com/article/221027/penthouse_magazine_launches_3d_adult_programming_channel.html.
- Pay Per Click, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 8 August 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Pay_Per_Click.
- PECKHAM, Matt, 2010. *Kinect Porn Game Lets You Reach Out and Tweak Someone* [online]. San Francisco : IDG Consumer & SMB, 16 Dec 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.pcworld.com/article/213927/kinect_porn_game_lets_you_reach_out_and_tweak_someone.html.
- PERDUE, Lewis, 2000. Merchants Squeezed. *Interactive Week*. December 2000, vol. 7, issue 49, s. 16-17. ISSN 1078-7259.
- PERDUE, Lewis, 2001. *EroticaBiz : how sex shaped the internet* [ebook]. New York : Writers Club Press. 216 s. ISBN 978-0-5952-5612-9.
- PERLOFF, Richard M., 1999. The third person effect: A critical review and synthesis. *Media Psychology*, vol. 1, issue 4, s. 353-378. ISSN 1521-3269.

- PERLOFF, Richard M., 2009. Mass media, social perception, and the third-person effect. In *J. Bryant and M.B. Oliver (Eds.), Media effects : Advances in theory and research*. s. 252–268. ISBN 1-135-59110-5.
- PERRIN, P. C. et al., 2008. Health education's role in framing pornography as a public health issue: Local and national strategies with international implications. *Promotion & Education*, vol. 20, no. 1, s. 11–18. ISSN 1757-9759.
- PERRY, Tekla S., 1988. Among the Classics : The VCR, 1975. *IEEE Spectrum*. vol. 25, issue 11, s. 112-115. ISSN 0018-9235.
- Pop-up ad, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 16 July 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Pop-up_ad.
- *Pornography : a Secret History of Civilisation*, 1999a. Part 5, Sex lives on videotape [dokumentární film]. London : Channel 4, broadcast 4 Nov 1999 - 18 Nov 1999.
- *Pornography : a Secret History of Civilisation*, 1999b. Part 6, Future schlock [dokumentární film]. London : Channel 4, broadcast 4 Nov 1999 - 18 Nov 1999.
- PORTER, Darwin, 2011. *Frank Sinatra, The Boudoir Singer : All the Gossip Unfit to Print from the Glory Days of Ol' Blue Eyes*. [Staten Island, N.Y.] : Blood Moon Productions Ltd. 465 s. ISBN 978-1-9360-0319-8.
- POŠTULKA, Vladimír, 2007. *Dějiny pornografie*. 1. vyd. Praha : XYZ. 320 s. ISBN 978-80-87021-30-9.
- POULSEN, Kevin, 2001. *MSN bug serves up porn* [online]. London : The Register, 24 Jul 2001 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.theregister.co.uk/2001/07/24/msn_bug_serves_up_porn/.
- POYNOR, R., 2006. *Designing Pornotopia : Travels in Visual Culture*. London : Laurence King Publishing. 208 s. ISBN 978-1-56898-607-4.
- RAGHUPATHY, S. P., KLEIN, C. P., & CARD, J. P., 2013. Online Activities for Enhancing Sex Education Curricula: Preliminary Evidence on the Effectiveness of the Abstinence and Contraception Education Storehouse. *Journal of HIV/AIDS & Social Services*. vol. 12, no. 2, s. 160-171. ISSN 1538-1501.

- RAJAH, N., 1998. Prosthetics for the mind: Augmenting the self with microelectronics. *Digital Creativity*. vol. 9, no. 1, s. 48-52. ISSN 1462-6268.
- REUTERS, 2003. *Porn and music drive broadband* [online]. BBC, 30 May 2003 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/2947966.stm>.
- RIMMER, Robert H. a RILEY, Patrick, 1993. *The X-rated videotape guide i : over 1,300 reviews of 1970-1985 adult movies*. Buffalo, N.Y. : Prometheus Books. 654 s. ISBN 0-8797-5799-X.
- ROEN, K., 2008. But We Have to Do Something : Surgical 'Correction' of Atypical Genitalia. *Body & Society*. 2008, vol. 14, issue 1, s. 47-66. ISSN 1357-034X.
- ROGALA, C., a TYDÉN, T., 2003. Does pornography influence young women's sexual behavior? *Women's Health Issues*, vol. 13, s. 39-43. ISSN 1049-3867.
- ROGERS, Everett, 1988. Video is Here to Stay. *Media & Values*. Winter 1988, issue 42. ISSN 0149-6980. Dostupný také z WWW: <http://www.medialit.org/reading-room/video-here-stay>.
- ROSE, F. Sex sells : Young, ambitious Seth Warshavsky is the Bob Guccione of the 1990s. *Wired*. 12 Dec 1997, no. 5, s. 218-224. ISSN 1059-1028.
- ROSS, M. W., 2005. Typing, doing and being : Sexuality and the Internet. *Journal of Sex Research*, vol. 42, s. 342-352. ISSN 0022-4499.
- SAKAŘ, Václav, 2011. *Problematika malware, jeho rizika a dopady na společnost* [online]. [cit. 2012-08-12]. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Vedoucí práce Ladislav Luc. Dostupné z: <http://theses.cz/id/5vwtw7/>.
- Sane, 2012. Information technology and mental illness?. *Sane Research Bulletin*. February 2012, vol. 15, s. 1-2. ISSN 1832-8385.
- SASAKI, Gary, 2011. *Thoughts from CES: The Diffusion of 3D* [online]. Cupertino : Digdia, 7 Feb 2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://hiddenwires.co.uk/resources/articles2011/articles20110207-08.html>.
- SCOTT, Damien, 2011. *The 20 Most Expensive Domain Names Ever Sold* [online]. New York : Complex Media, 13 Dec 2011 [cit. 2012-07-31].

Dostupný z WWW: <http://www.complex.com/tech/2011/12/the-20-most-expensive-domain-names-ever-sold#21>.

- SEABROOK, Andrea, 2008. *At 30, Spam Going Nowhere Soon* [online]. NPR, 3 May 2008 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=90160617>.
- SEGAN, Sascha, 2012. *a Thousand Dildos For The Military Wives* [online]. New York : Ziff Davis Inc., 11 Jan 2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2398754,00.asp>.
- Server log, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 18 July 2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Server_log.
- *Sextoydave*, 2011 [online]. David Levine, c2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.sextoydave.com/>.
- *Sextoyfun*, 2012 [online]. Sextoyfun.com, c2012 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.sextoyfun.com/>.
- SHAW, Russel, 2004. *An Affiliate Marketing History Lesson* [online]. iMedia Connection, 14 Dec 2004 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.imediaconnection.com/content/4778.asp>.
- SCHIESSER, Tim, 2013. *UK unveils plan to block online porn by default* [online]. Techspot, 22 Jul 2013 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.techspot.com/news/53309-uk-unveils-plan-to-block-online-porn-by-default.html>.
- SCHLOSSER, Eric, 1997. *The Bill Gates of Porn : How Reuben Sturman shaped the sex industry* [online]. U.S.News & World Report, 2 Feb 1997 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.usnews.com/usnews/biztech/articles/970210/archive_006165.htm.
- SCHLOSSER, Eric, 2003. *Reefer Madness : Sex, Drugs, and Cheap Labor in the American Black Market*. New York : Mariner Books. 352 s. ISBN 978-0-618-44670-4.
- SCHOEN, M., 2010. Using sexually explicit media to educate [online]. Sex Smart Films [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: www.sexsmartfilms.com/articles/using-sexually-explicit-media-to-educate

- SCHWARTZ, John, 2004. *The Pornography Industry vs. Digital Pirates* [online]. New York : New York Times, 8 Feb 2004 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.nytimes.com/2004/02/08/business/the-pornography-industry-vs-digital-pirates.html?pagewanted=all&src=pm>.
- SLADE, Joseph W., 2001. *Pornography and Sexual Representation : a Reference Guide*. Westport : Greenwood Publishing Group. 1313 s. ISBN 978-0-3133-1519-0.
- SMITH, Kalen, 2011. *History of the Dot-Com Bubble Burst and How to Avoid Another* [online]. SparkCharge Media, 15 Dec 2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.moneycrashers.com/dot-com-bubble-burst/>.
- SOLOVIEFF, Karine, 2001. *MSN Communities, royaume du porno* [online]. 26 Jul 2001. [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.01net.com/editorial/156342/msn-communities-royaume-du-porno/>.
- SONEIRA, Raimond M., 2011. *3D TV Display Technology Shoot-Out* [online]. DisplayMate Technologies Corporation, c1990-2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: http://www.displaymate.com/3D_TV_ShootOut_1.htm.
- SORBA, M. J, 2013. *Masculinity Crisis?: Hegemonic and Pastiche Representations of Men in Gay Pornography* [online]. The Narratives of Gender, Online Academic Community, University of Virginia, December 14, 2013 [cit. 04.08.2014]. Dostupné z: <https://onlineacademiccommunity.uvic.ca/mjsorba/2013/12/14/masculinity-crisis-hegemonic-and-pastiche-representations-of-men-in-gay-pornography/> - Sorba, 2013
- SORKIN, David E. et al., 2012. *The Dangers of Spyware Dialers* [online]. c2012 [cit. 2012-07-21]. Dostupný z WWW: <http://www.spamlaws.com/spyware-dialers.html>.
- Spammer-X, 2004. *Inside the SPAM Cartel: By Spammer-X*. Rockland : Syngress. 450 s. ISBN 978- 1-9322-6686-3.
- STARBURY, Allen, 2010. *Porn Biz Jumps on 3D Band Wagon : Company Launches 3D Library, Director Creating 3D Film* [online]. Baller Status, 31 Jan 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.ballerstatus.com/2010/01/31/porn-biz-jumps-on-3d-band-wagon/>.

- STONE, Brad, 2008. *An E-Commerce Empire, From Porn to Puppies* [online]. New York : The New York Times, 18 May 2008 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.nytimes.com/2008/05/18/technology/18gordo.html>.
- STONECIPHER, David, 2009. *Streaming player review : ABC.com* [online]. Clarity Digital Group LLC, 22 Jul 2009 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.examiner.com/article/streaming-player-review-abc-com>.
- STRANGE, Roger, 1993. *Japanese Manufacturing Investment in Europe : Its Impact on the U.K. Economy*. New York : Routledge. 576 s. ISBN 978-0-4150-4337-3.
- STUBBS, D., 2009. Fear of music: why people get Rothko but don't get Stockhausen. Winchester, UK : O Books. 135 s. ISBN 1-84694-179-2.
- STURGEON, Will, 2003. *Spam growth increases during March* [online]. New York : Ziff Davis Inc., 9 Apr 2003 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.zdnet.com/spam-growth-increases-during-march-3002133190/>.
- Sun, Y.; Pan, Z., & Shen, L., 2008. Understanding the third-person perception : Evidence from a meta-analysis. *Journal of Communication*, vol. 58, issue 2, s. 280–300. ISSN 1460-2466.
- SWARTZENDRUBER, Andrea; ZENILMAN, Jonathan M., 2010. A national strategy to improve sexual health. *JAMA*, no. 304, vol. 9, s. 1005-1006. ISSN 0098-7484.
- ŠMAHEL, David, 2009. *Psychologie a Internet* [online]. Slideshare, 27 Nov 2009 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.slideshare.net/KISK/david-mahel-psychologie-a-internet>.
- TANASIE, Marian, 2011. *How adult websites pioneered internet advertising* [online]. GoArticles.com, 4 Sep 2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://goarticles.com/article/How-adult-websites-pioneered-internet-advertising/5266009/>.
- TANG, Isabel, 1999. *Pornography : The Secret History of Civilisation*. London : Channel 4 Books. 192 s. ISBN 978-0-7522-1792-5.
- TERDIMAN, Daniel, 2010. *Bounty offered for open-source Kinect driver* [online]. Techspot, 04 Nov 2010 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: http://news.cnet.com/8301-13772_3-20021836-52.html%20-%20terdiman,%202010.

- THEVIS, Michael, 2012. In *IMDb : Movies, TV, and Celebrities* [online]. Seattle : IMDb.com, Inc., c1990-2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: <http://www.imdb.com/name/nm0857708/>.
- Time, 1988. *Goodbye Beta: Sony will make VHS players* [online]. Time Inc., 25 Jan 1988. [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,966523,00.html>.
- TRAIMAN, Stephen, 1979. ITA Meet Cites New Home Technology. *Billboard*. April, 14, 1979, vol. 91, no. 15, s. 3, 17. ISSN 0006-2510.
- TWA Network, 2011. *Korea ambitious to become a world 3D leader* [online]. The Hague : Agentschap NL, 30 May 2011 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.agentschapnl.nl/sites/default/files/bijlagen/3D%20technology%20ZK.pdf>.
- TWOHIG, M. P., CROSBY, J. M., a COX, J. M., 2009. Viewing Internet pornography : For whom is it problematic, how, and why? *Sexual Addiction & Compulsivity*, vol. 16, s. 253–266. ISSN 1072-0162.
- Typosquatting, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 4 August 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Typosquatting>.
- U.S. Supreme Court, 1984. *Sony Corp. v. Universal City Studios*, 464 U.S. 417 (1984) [online]. Mountain View : Justia, decided January 17, 1984. [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/464/417/case.html>.
- Ukash, 2012. *Company Information* [online]. London : Smart Voucher Limited, c2006-2012 [cit. 2012-07-12]. What is Ukash?. Dostupný z WWW: <http://www.ukash.com/business/what-is-ukash/company-information.aspx>.
- UNITED STATES DISTRICT COURT. Northern District of California, 2012. *Calendar for: Judge Lucy H. Koh* [online]. San Francisco : United States District Court, Northern District of California, 19 July 2011 [cit. 2012-07-19]. Dostupný z WWW: <http://www.cand.uscourts.gov/CEO/cfd.aspx?7142>.
- VAN DOORN, Niels, 2010. Keeping it Real : User-Generated Pornography, Gender Reification, and Visual Pleasure. *Convergence : The International*

Journal of Research into New Media Technologies, vol. 16, no. 4, s. 411-430. ISSN 1354-8565.

- VAN SCOY, Kayte, 2000. Sex Sells, So Learn a Thing or Two From It. *PC Computing*. January 2000, vol. 13, issue 1, s. 64. ISSN 0899-1847.
- VEGA, Vanessa; MALAMUTH, Neil M., 2007. Predicting sexual aggression : The role of pornography in the context of general and specific risk factors. *Aggressive Behavior*, vol. 33, no. 2, s. 104-117. ISSN 1098-2337.
- WASKUL, Denis, 2004. *Net.Sexxx : Readings on Sex, Pornography, and the Internet*. 1st ed. New York : Peter Lang Publishing. 352 s. ISBN 978-0-8204-7072-6.
- WASSER, Frederick, 2001. *Veni, vidi, video*. Austin, TX : University of Texas Press. 245 s. ISBN 0-2927-9145-3.
- WATSON, Mary Ann; SMITH, Randy D., 2012. Positive porn: educational, medical, and clinical uses. *American Journal of Sexuality Education*, vol. 7, no. 2, s. 122-145. ISSN 1554-6128.
- Web Banner, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 8 August 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Web_banner.
- Web Counter, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 18 May 2012 [cit. 2012-07-12]. Dostupný z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Web_counter.
- WEINER, E. S. C., & SIMPSON, J. A., 2004. *The Oxford English dictionary*. Oxford : Clarendon Press. ISBN 978-0-19-861186-8.
- WEINSTEIN, A. a LEJOYEUX, M., 2010. Internet addiction or excessive Internet use. *American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, vol. 36, no. 5, s. 277–283. ISSN 0095-2990.
- WEISS, P., 2000. Souhlasná pornografie dospělému neublíží. *Psychologie dnes*, 6. ročník, č. 11, s. 1-3. ISSN 1212-9607.
- WEISSKIRCH, Robert S.; DELEVI, Raquel, 2011. “Sexting” and adult romantic attachment. *Computers in Human Behavior*, vol. 27, no. 5, s. 1697-1701. ISSN 0747-5632.

- WEST, Jerry, 2010. *Hits vs. Visitors : Getting a Real Count on Your Traffic* [online]. Web Marketing Now LLC, 14 Jul 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.webmarketingnow.com/tips/hitsvsvisits.html>
- WESTSTRATE, Nic M.; MCLEAN, Kate C., 2010. The rise and fall of gay : A cultural-historical approach to gay identity development. *Memory*, vol. 18, no. 2, s. 225-240. ISSN 0965-8211.
- Whitehouse.com, 2012. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikimedia Foundation, 2001- , last modif. on 24 July 2012 [cit. 2012-08-12]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Whitehouse.com>.
- WINTER, Barbara, 2012. *Cybersex : Sex in Cyberworld* [online]. Barbara Winter, 21 Oct 2012 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: www.drbarbarawinter.com/blog/2012/10/21/cybersex-sex-in-cyberworld/.
- WONDRACEK, Gilbert et al., 2010. Is the Internet for Porn? An Insight Into the Online Adult Industry. In *Proceedings of the Ninth Workshop on the Economics of Information Security (WEIS)* [online]. Cambridge : Harvard University, 14 s. Dostupný z WWW: http://weis2010.econinfosec.org/papers/session2/weis2010_wondracek.pdf.
- WOOLLEY, David R., 1994. *PLATO : The Emergence of Online Community* [online]. c1994 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://thinkofit.com/plato/dwplato.htm#talko>.
- WYATT, W.; BUNTON, K., 2008. Perspectives on pornography demand ethical critique. In *The handbook of mass media ethics*. New York : Taylor & Francis, s. 149-161. ISBN 978-0-8058-6192-1.
- YASU, Mariko a SHIRAKI, Maki, 2010. *Porn Stars in 3-D Lure Consumers to New Sony, Panasonic TVs* [online]. New York : Bloomberg, 2 Jun 2010 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.bloomberg.com/news/2010-06-01/porn-stars-in-3-d-lure-consumers-in-japan-to-sony-panasonic-televisions.html>.
- YODER, V. C., VIRDEN, T. B., III, & AMIN, K., 2005. Internet pornography and loneliness : An association? *Sexual Addiction & Compulsivity*, vol. 12, s. 19-44. ISSN 1072-0162.

- YOUNG, Connor, 2002. *E-commerce : Plenty of Options for the Adult Webmaster* [online]. AVN Media Network, 1 Nov 2002 [cit. 2012-07-31]. Dostupný z WWW: <http://business.avn.com/articles/video/E-commerce-Plenty-of-Options-for-the-Adult-Webmaster-39297.html>.
- YOUNG, K. S. et al., 1999. Cyber disorders : The mental health concern for the new millennium. *CyberPsychology & Behavior*, vol. 2, s. 475–479. ISSN 2152-2715.
- YOUNG, K. S., 2008. Internet sex addiction : Risk factors, stages of development, and treatment. *American Behavioral Scientist*, vol. 52, s. 21–37. ISSN 0002-7642.
- Youri, 2007. *Rencontre et éthique : du minitel à internet* [online]. Datingwatch.org, 21 Dec 2007 [cit. 2013-07-31]. Dostupný z WWW: <http://www.datingwatch.org/2007/12/21/rencontre-et-ethique-du-minitel-a-internet/>.
- ZOHAR, A., 2009. *Postgender : gender, sexuality and performativity in Japanese culture*. Newcastle upon Tyne, UK : Cambridge Scholars Pub. 285 s. ISBN 978-1-4438-0990-0.

Evidence výpůjček

Prohlášení:

Dávám svolení k půjčování této rigorózní práce. Uživatel potvrzuje svým podpisem, že bude tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

V Praze dne 31. 8. 2014

Mgr. Matěj Vaněček

[illegible]